RAIO X DO INVESTIDOR BRASILEIRO

5ª edição

ANBIMA

ÍNDICE

01 INTRODUÇÃO ____ 01

02 UM POUCO DE METODOLOGIA ____ 02

03 O BRASILEIRO E O DINHEIRO ____ 02

04 INVESTIDORES BRASILEIROS ____ 17

05 DIVERSIDADE NO MUNDO DOS INVESTIMENTOS ____ 22

06 OS NÃO INVESTIDORES BRASILEIROS ____ 31

07 APOSENTADORIA ____ 35

08 BIG THREE ____ 38

08 COMPARATIVO HISTÓRICO ____ 41

09 CONCLUSÃO ____ 45

10 EXPEDIENTE ____ 46

INTRODUÇÃO

A quinta edição da pesquisa Raio X do Investidor Brasileiro acontece, mais uma vez, em meio a um ambiente adverso por conta da pandemia da covid-19. Pelo segundo ano consecutivo, os efeitos desta situação abalaram a economia, impactando diretamente a maneira como as pessoas se relacionam com o dinheiro. Neste contexto, o levantamento de 2021 se torna ainda mais significativo do que o de 2020, pois abrange o impacto de um ano inteiro de pandemia no comportamento dos investidores e seus desdobramentos.

Como não poderia deixar de ser, a conjuntura tornou o ambiente econômico ainda mais desafiador no Brasil, seja pela inflação alta, que terminou o ano na casa dos dois dígitos ou pelas seguidas elevações dos juros (taxa Selic). Esses desdobramentos internos, aliados à incerteza do cenário externo, impactam diretamente na intenção de investir da população. A pesquisa aponta, por exemplo, que muitos tiveram que lidar com perdas parciais ou mesmo totais de rendimentos, outros não conseguiram economizar e ainda tiveram que retirar dinheiro de aplicações ou mesmo se desfazer de algum bem na tentativa de recompor a renda.

Essa diminuição de ganhos afetou, sobretudo, a classe com a renda mais baixa, o que se nota pelos resultados da sondagem realizada pela primeira vez entre a classe D/E. Os dados mostram que este público ainda investe pouco e conhece menos os produtos financeiros do que as demais classes. Importante ressaltar que estes dados da classe D/E passarão a integrar também as próximas edições da pesquisa. Analisar essa grande fatia da população brasileira é fundamental para compreender o cenário completo em que está inserido o investidor brasileiro, trazendo respostas e abrindo importantes portas no campo da educação financeira.

Em relação às classes A, B e C, os dados estão dispostos de forma comparativa às edições anteriores, levando em conta as transformações dos últimos anos. Exemplo disso são as relações com os produtos financeiros: se a poupança ainda domina o topo das escolhas quando o assunto é investimento, outros produtos começam a ganhar espaço, como as moedas digitais, cuja escolha cresce a cada edição da pesquisa.

Esta edição também traz novidades em relação ao relacionamento do investidor com o mercado e seu processo de busca de informações e decisão de investimento. Novas perguntas exploram fontes de informação, relacionamento com as redes sociais, grau de conhecimento do perfil das instituições de mercado e formas de implementação da decisão de investimento.

Os aprimoramentos da pesquisa foram amplamente discutidos com representantes de mercado que participam do Grupo Consultivo de Educação da ANBIMA. O intuito foi enriquecer o levantamento com informações que possam ajudar instituições associadas, nossos parceiros do setor público e todas as pessoas interessadas em comportamento e educação de investidores a compreenderem melhor o perfil dos brasileiros quando o assunto é hábito de poupança e investimento.

Nas próximas páginas, você conhecerá este estudo com dados de 2021, coletados entre os dias 9 e 30 de novembro, por meio de 5.878 entrevistas abrangendo as cinco regiões do Brasil.

O material bruto do estudo está na página especial da pesquisa para consulta de toda a sociedade. Clique aqui e confira.

Boa leitura!

ANBIMA

UM POUCO DE METODOLOGIA

A pesquisa ouviu 5.878 pessoas nas cinco regiões do país, todas com 16 anos ou mais, sendo 1.393 pessoas da classe A/B e 2.810 pessoas da classe C. Pela primeira vez, foi incluída a classe D/E, com 1.675 entrevistas. A amostra é composta por pessoas economicamente ativas, aposentadas e inativas que possuem ou não renda. Estima-se que este perfil corresponda a 167,9 milhões de habitantes.

Diferentemente da edição passada, a coleta de dados para esta quinta edição do Raio X do Investidor Brasileiro foi realizada em campo, com entrevistas feitas pessoalmente em todas as regiões.

As entrevistas foram realizadas entre os dias 9 e 30 de novembro de 2021. A margem de erro máxima para o total da amostra é de 1 ponto percentual, para mais ou para menos, dentro do nível de confiança de 95%.

O BRASILEIRO E O DINHEIRO

Perfil examinado na pesquisa

Do total de brasileiros que compõe o universo examinado pelo Raio X do Investidor (com 16 anos ou mais), 84,5% têm renda – dentre estes, 28,1% investem em produtos financeiros. Dos 15,5% que não dispõem de renda, 2,9% investem em produtos financeiros.

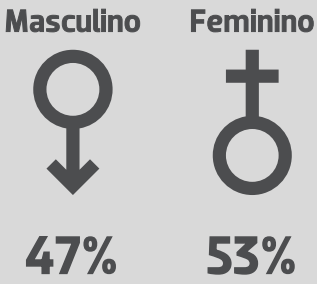
Como as diferentes classes sociais apresentam comportamentos distintos em relação a dinheiro e investimentos, optamos por segregar as informações por classes A/B, C e D/E. Assim, são apresentados os dados ao longo de todo o relatório.

Com o intuito de não perder o comparativo histórico, é feita também uma análise das classes A, B e C, considerando apenas a população economicamente ativa, cujas informações são levantadas desde 2018. As respostas da classe D/E, devido ao ineditismo, não possuem histórico.

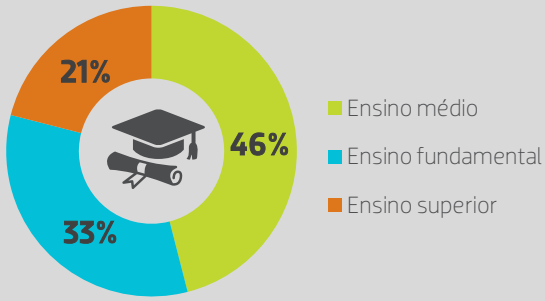
O perfil de cada um deles está resumido a seguir:

POPULAÇÃO

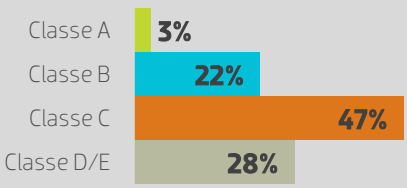
Gênero



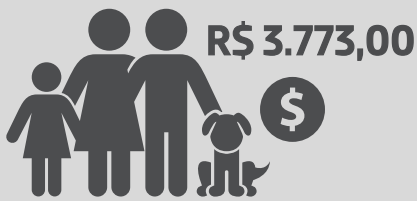
Ensino



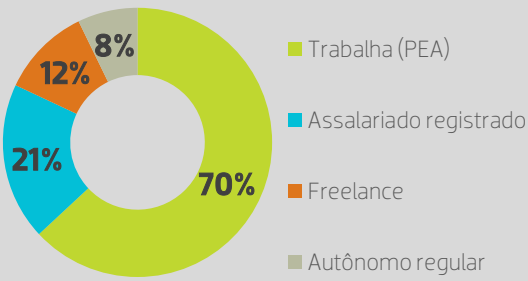
Classe



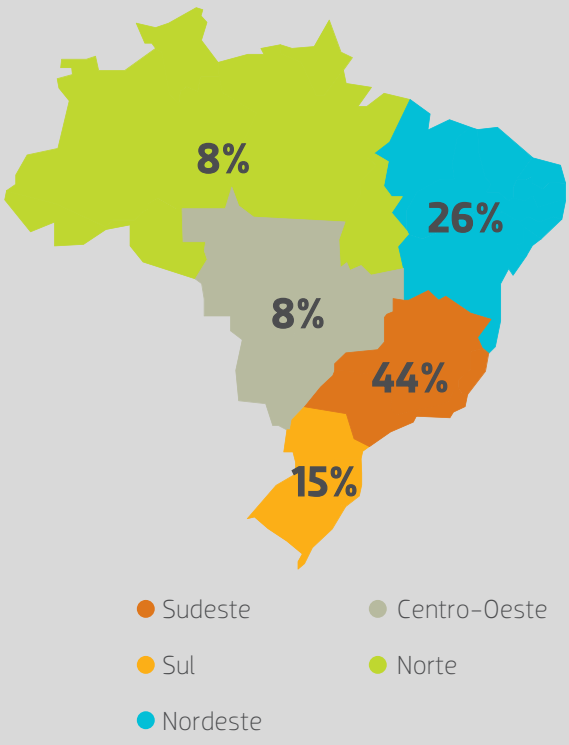
Renda familiar média



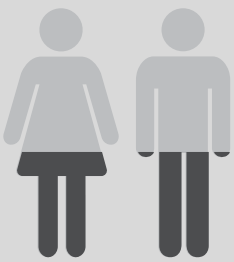
Ocupação



Localização



Idade média



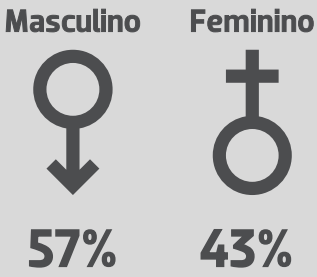
42 anos

Amostra: população: 5.878 entrevistados

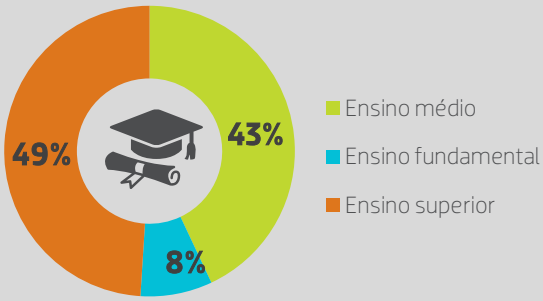
O perfil de cada um deles está resumido a seguir:

CLASSE A/B

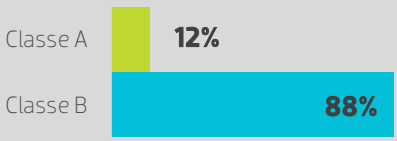
Gênero



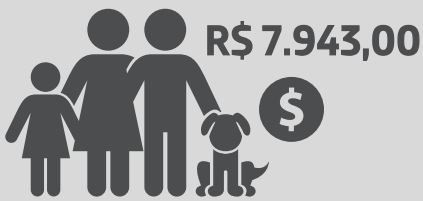
Ensino



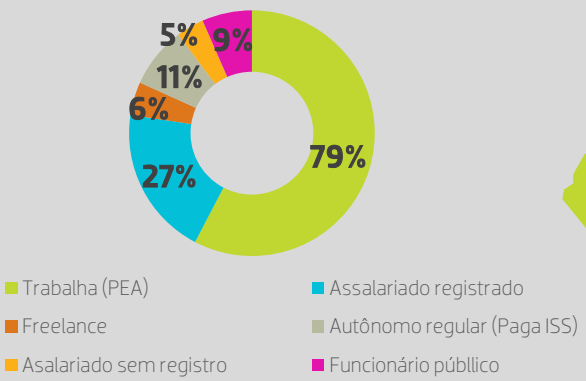
Classe



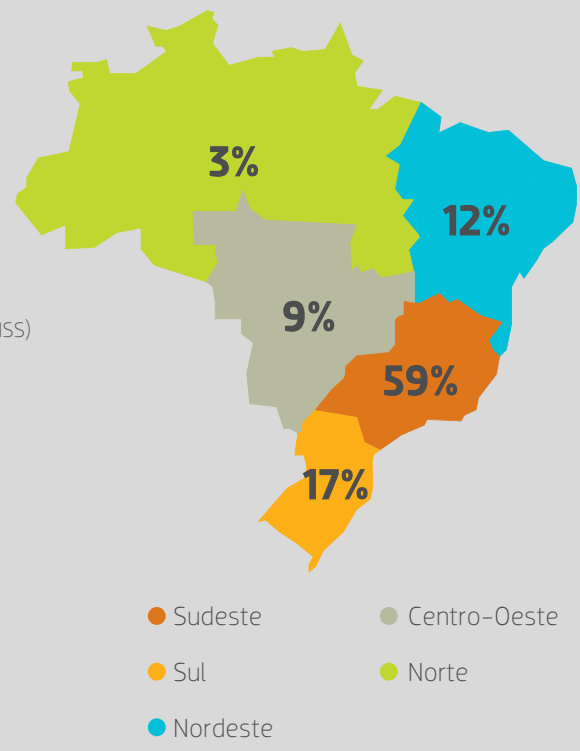
Renda familiar média



Ocupação



Localização



Idade média

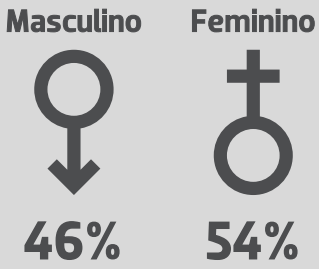
40 anos

Amostra: classe A/B: 1.393 entrevistados

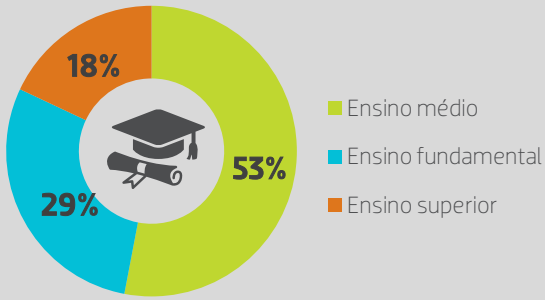
O perfil de cada um deles está resumido a seguir:

CLASSE C

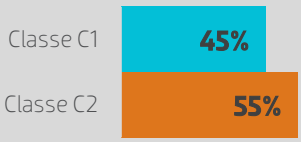
Gênero



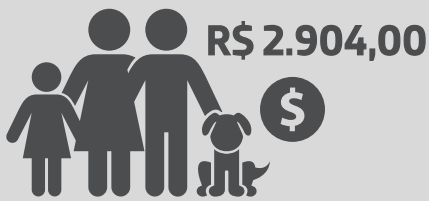
Ensino



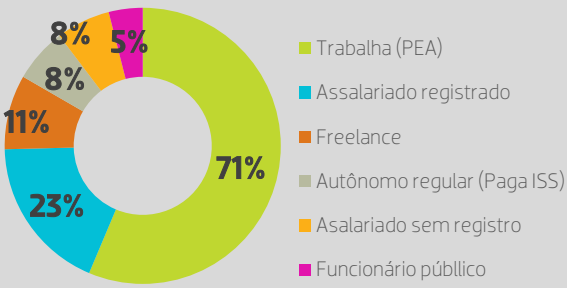
Classe C



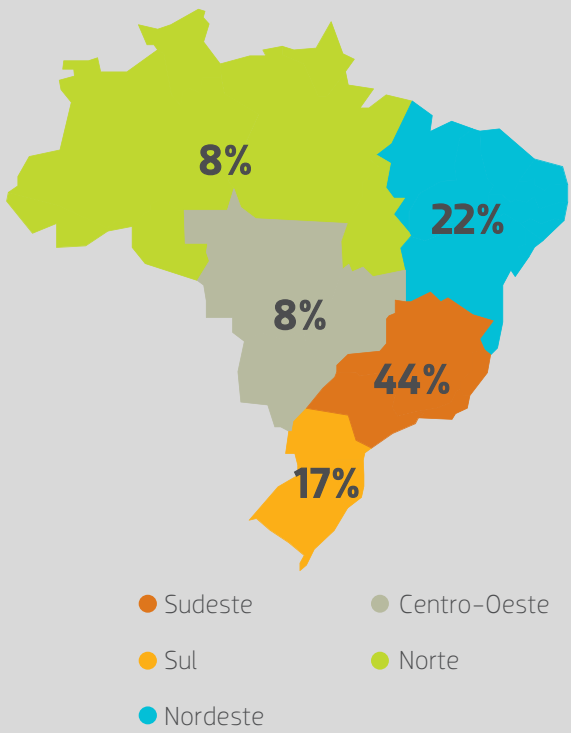
Renda familiar média



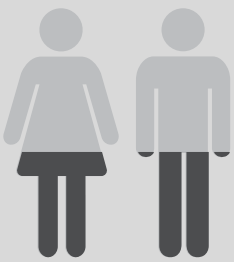
Ocupação



Localização



Idade média



42 anos

Amostra: classe C: 2.810 entrevistados

O perfil de cada um deles está resumido a seguir:

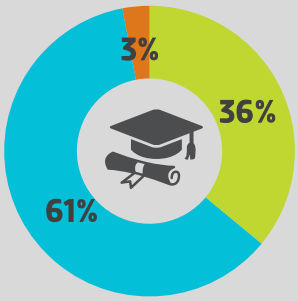
CLASSE D/E

Gênero

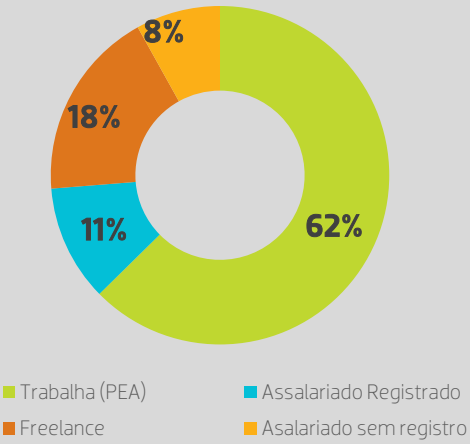
Masculino 41%

Feminino 59%

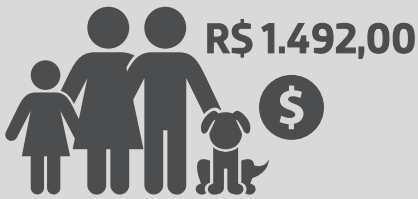
Ensino



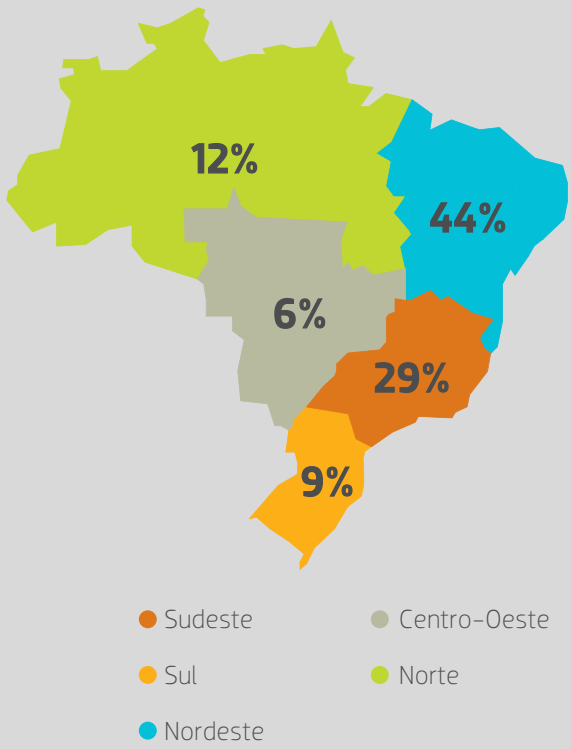
Ocupação



Renda familiar média



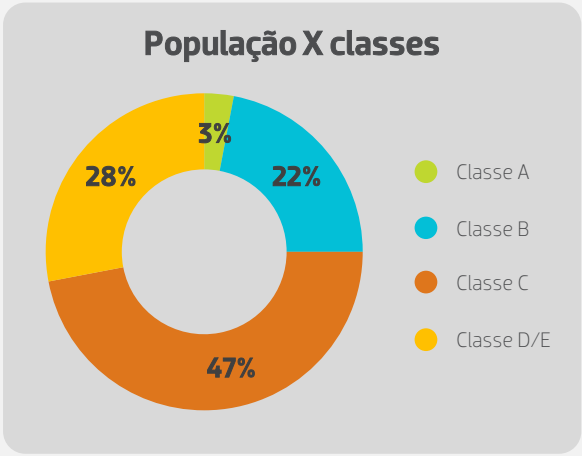
Localização

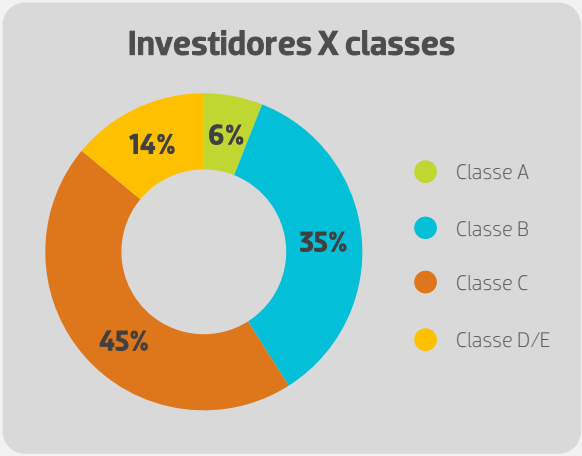


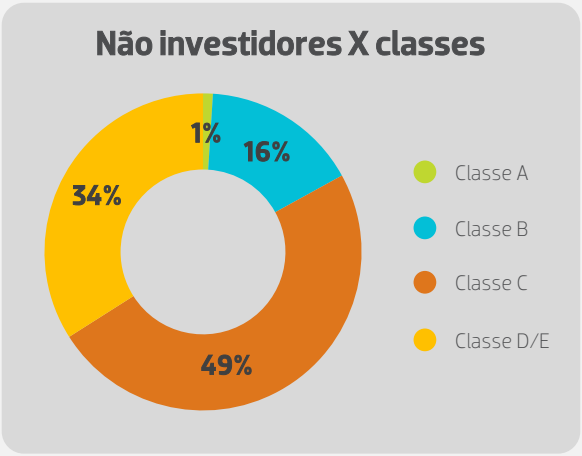
Idade média

45 anos

Amostra: classe D/E: 1.675 entrevistados







Amostra :5.878 entrevistados.| Investidores: 1.761 | Não investidores: 4.117

Comparativo histórico

Quando se observam as classes A, B e C, como nas pesquisas anteriores, o número de investidores cai um ponto percentual, dentro da margem de erro, em relação ao ano anterior: em 2020, eram 40%; em 2021, 39%.

	2017	2018	2019	2020	2021
Total da amostra*	3.374	3.452	3.433	3.408	3.630
Investidores	42%	42%	44%	40%	39%
Não investidores	56%	56%	55%	60%	61%
Homens	53%	52%	54%	53%	54%
Mulheres	47%	48%	46%	47%	46%
Classe A	4%	4%	5%	5%	4%
Classe B	30%	30%	31%	32%	31%
Classe C	66%	66%	64%	64%	65%

*Considera apenas as classes ABC com renda. Base: Amostra 2021: 3.630 entrevistados

Conhecimento dos brasileiros sobre as instituições e seus produtos

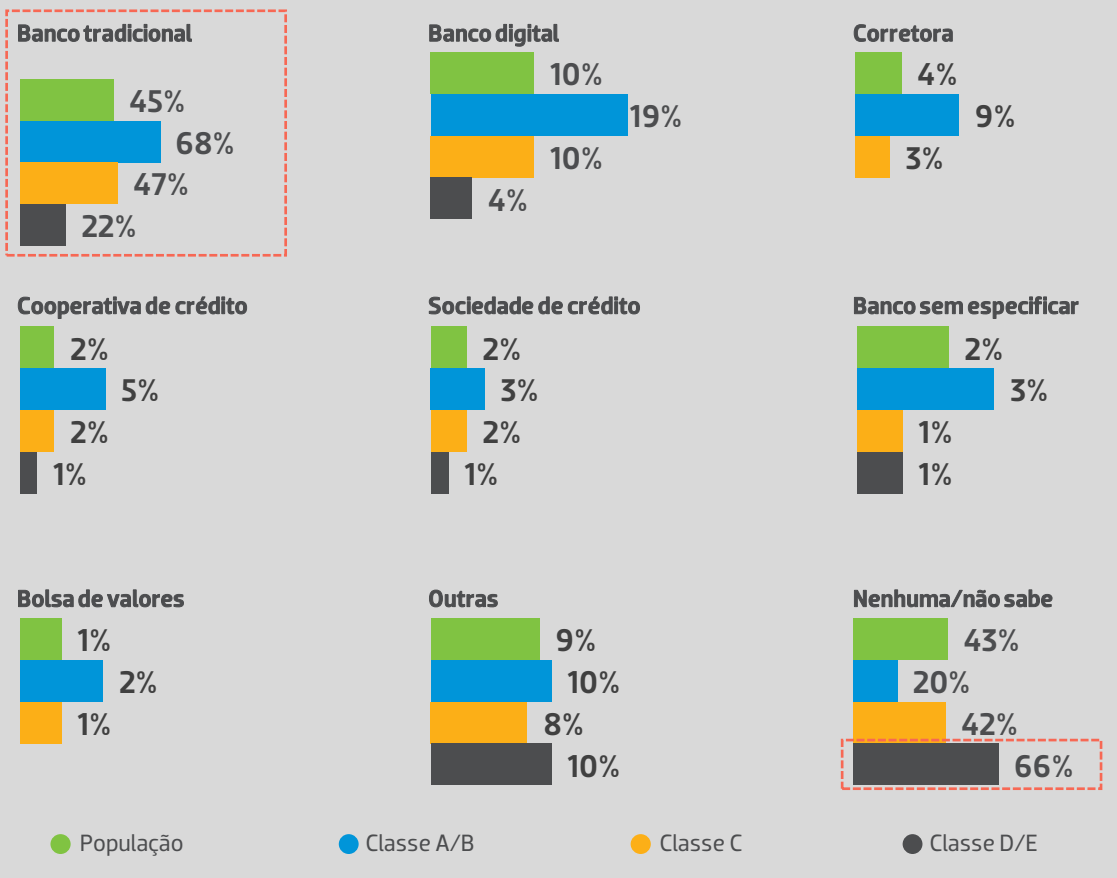
Um dos primeiros passos para quem decide investir é justamente conhecer melhor as instituições financeiras que atuam no mercado e quais produtos e serviços elas oferecem. Pensando nisso, a pesquisa mediu, pela primeira vez, o conhecimento que os brasileiros têm dessas instituições e de seus produtos.

Quando questionados sobre quais tipos de instituições financeiras conhecem, os entrevistados citam espontaneamente mais de uma: em média, 1,3. As mais lembradas são os bancos tradicionais, citados por 45% dos entrevistados, seguidos pelos bancos digitais, com 10% de menções.

A lógica é a mesma quando olhamos pelo prisma das classes sociais. Entre os entrevistados da classe A/B, os bancos tradicionais foram citados por 68% e os bancos digitais por 19%. O índice diminui quando olhamos para a classe C, na qual 47% mencionaram os bancos tradicionais e 10% os bancos digitais. O índice é menor ainda quando olhamos para a classe D/E: 22% citaram os bancos tradicionais e apenas 4% os digitais.

A pesquisa evidencia que, no geral, 43% dos entrevistados não sabem e/ou não citaram nenhuma instituição financeira, índice que ficou em 42% na classe C e chega a 66% na D/E.

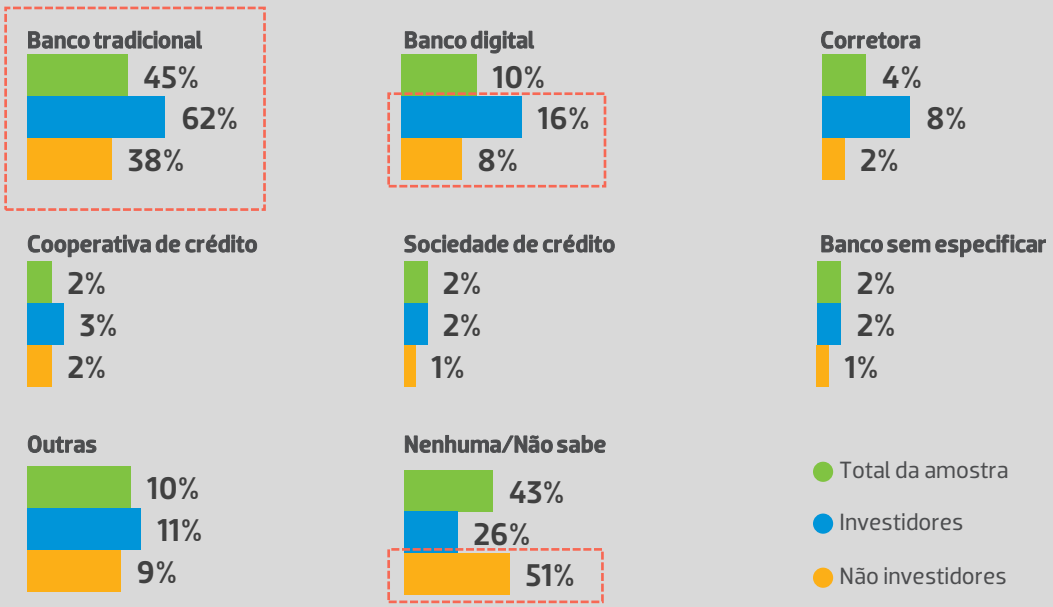
Quais tipos de instituições financeiras o brasileiro conhece



Amostra: População: 5.878 entrevistados | Classe A/B: 1.393 entrevistados | Classe C: 2.810 entrevistados | Classe D/E: 1.675 entrevistados

A pesquisa também buscou compreender como anda o conhecimento dos investidores e não investidores quando o assunto são os tipos de instituições financeiras existentes. Chama a atenção o alto índice de desconhecimento entre os investidores – 26% não sabiam e/ou não citaram nenhuma instituição de maneira espontânea. Já entre os não investidores esse percentual é ainda maior: 51%.

Conhecimento dos tipos de instituições financeiras: investidores e não investidores



Amostra: Investidores: 1.761 | Não investidores: 4.117

A utilização das instituições financeiras tradicionais e digitais

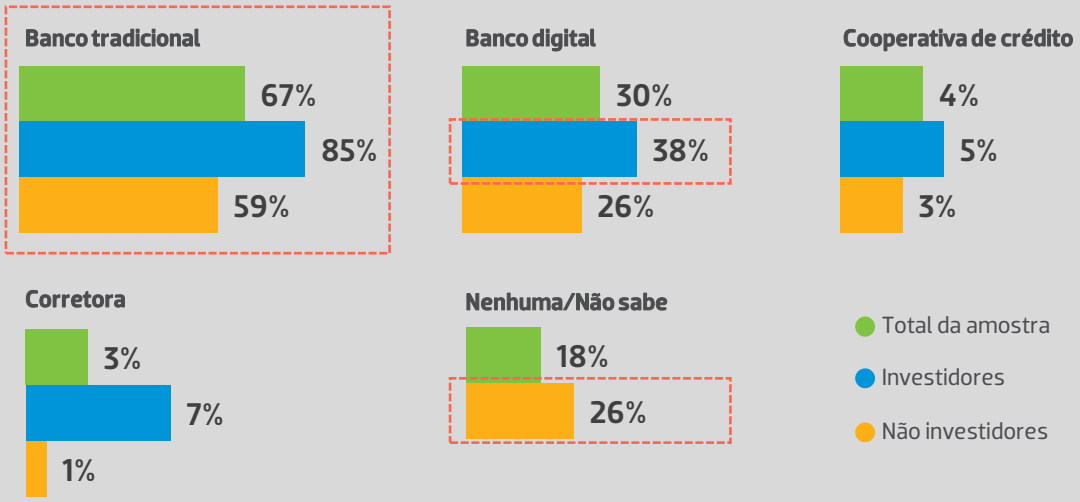
O levantamento também revela uma grande diferença entre as classes sociais quando é analisada a utilização dos produtos bancários oferecidos pelas instituições financeiras. Enquanto 81% das pessoas da classe A/B afirmam ter conta corrente ou poupança em bancos tradicionais, 51% é o percentual na D/E. O mesmo ocorre quando perguntados sobre bancos digitais: 42% das pessoas da classe A/B apontam ter contas nessas instituições financeiras; 31% da classe C e apenas 16% entre os entrevistados da classe D/E.

Quando olhamos somente para o índice de bancarização, as diferenças entre a classe A/B e a D/E são grandes. Enquanto na A/B o índice de desbancarização é de 5%, na D/E é de 36%, mostrando a lacuna que há entre essas classes e, ao mesmo tempo, apontam para uma oportunidade de expansão bancária entre as pessoas de menor renda.

No recorte por investidores e não investidores, 85% dos investidores declaram ter conta corrente ou poupança em bancos tradicionais. O percentual cai para 59% entre os não investidores. No caso de contas em bancos digitais, os índices ficaram em 38% para investidores e 26% para aqueles que não investem.

Quando perguntados sobre corretoras, somente 7% dos investidores dizem ter conta nesse tipo de instituição e entre os não investidores, 1%.

Onde investidores e não investidores têm conta

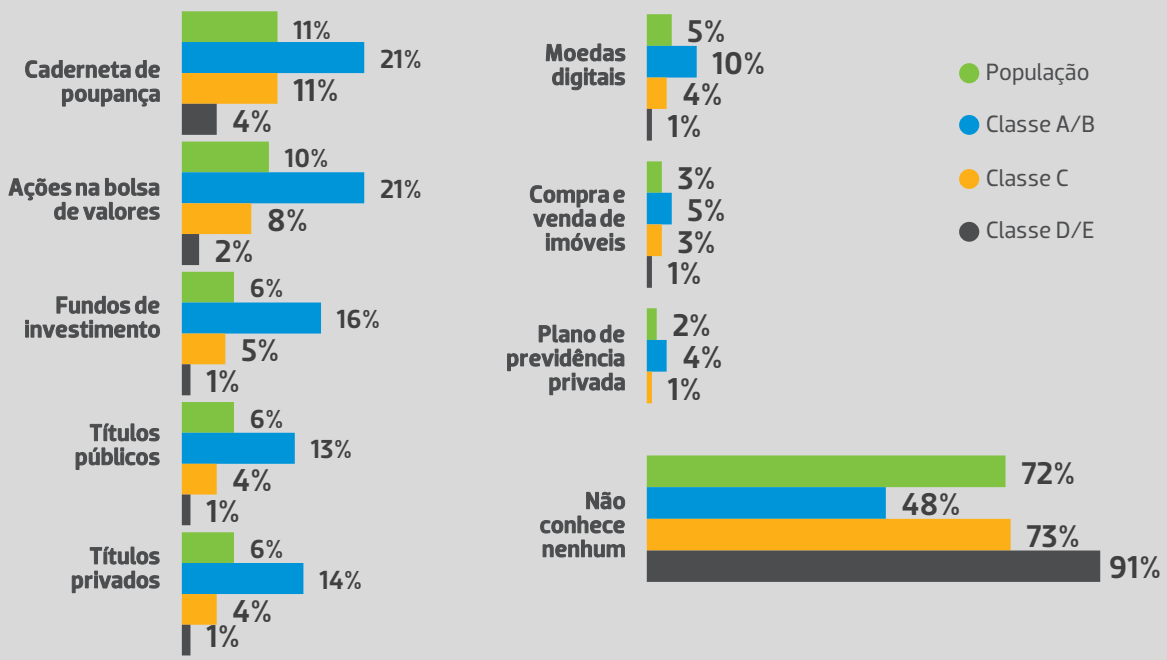


Amostra: Investidores: 1.761 | Não investidores: 4.117

Conhecimento sobre investimentos existentes no mercado

Dos produtos financeiros disponíveis, os brasileiros conhecem mais a poupança, que apareceu em 11% das citações espontâneas, seguida das ações na bolsa de valores, com 10%. Empatados com 6%, estão os fundos de investimento e os títulos públicos e títulos privados. Com um percentual menor (5%), as moedas digitais também são lembradas pela população, principalmente entre as pessoas da classe A/B (10%). Entretanto, o desconhecimento das soluções financeiras disponíveis no mercado para investimentos ainda é grande: 72% da população afirma não conhecer qualquer tipo de produto. Esse percentual sobe para 91% entre as pessoas da classe D/E.

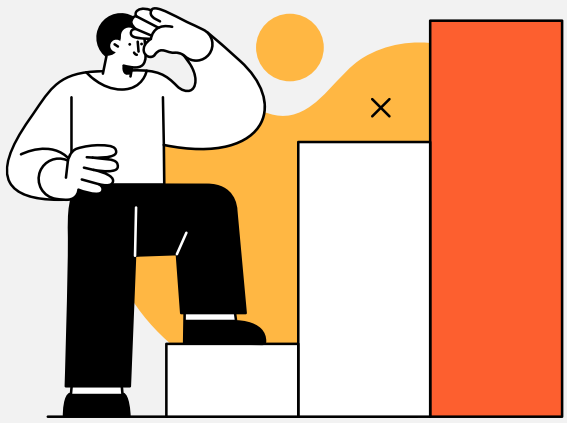
Poupança lidera em conhecimento espontâneo



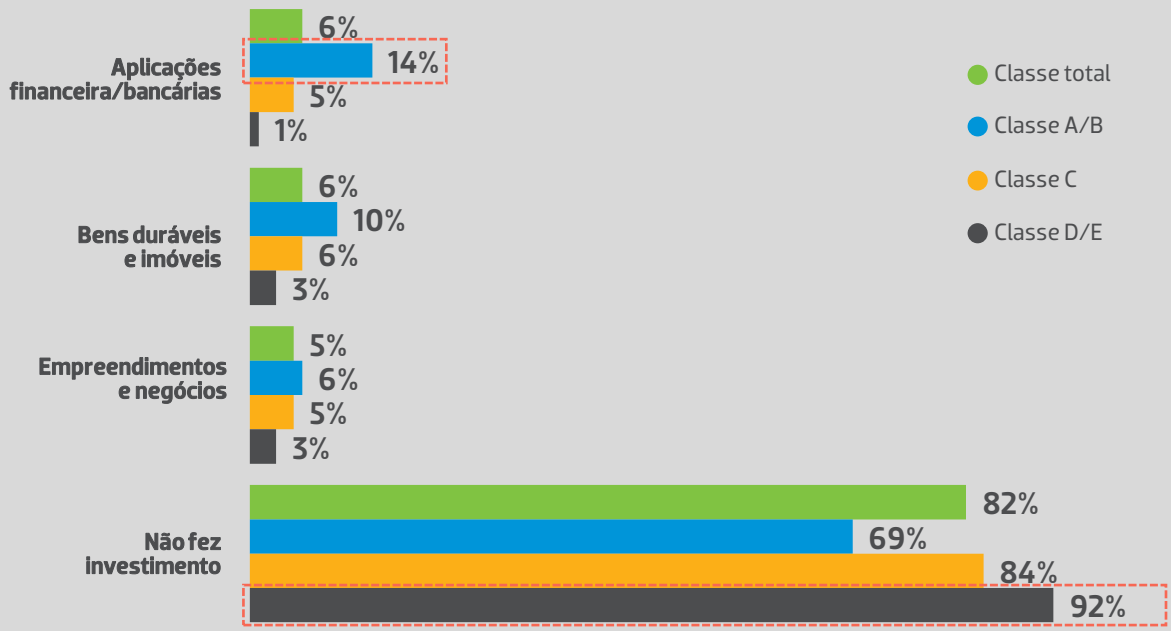
Amostra: população: 5.878 entrevistados | Classe A/B: 1.393 | Classe C: 2.810 | Classe D/E: 1.675

Investimentos feitos em 2021

Assim como 2020, o ano de 2021 continuou a ser desafiador em decorrência dos desdobramentos da pandemia e do desgaste no cenário econômico nacional e internacional. Isso se refletiu, sobretudo, no alto percentual de brasileiros que declararam não ter feito nenhum tipo de investimento no período: 82%. Na análise por classe social, 69% das pessoas da classe A/B declararam não ter feito nenhum tipo de investimento e os índices são maiores quando olhamos para a classe C (84%) e para a D/E (92%).



Classe A/B lidera investimentos



Amostra: população: 5.878 | Classe A/B: 1.393 | Classe C: 2.810 | Classe D/E: 1.675

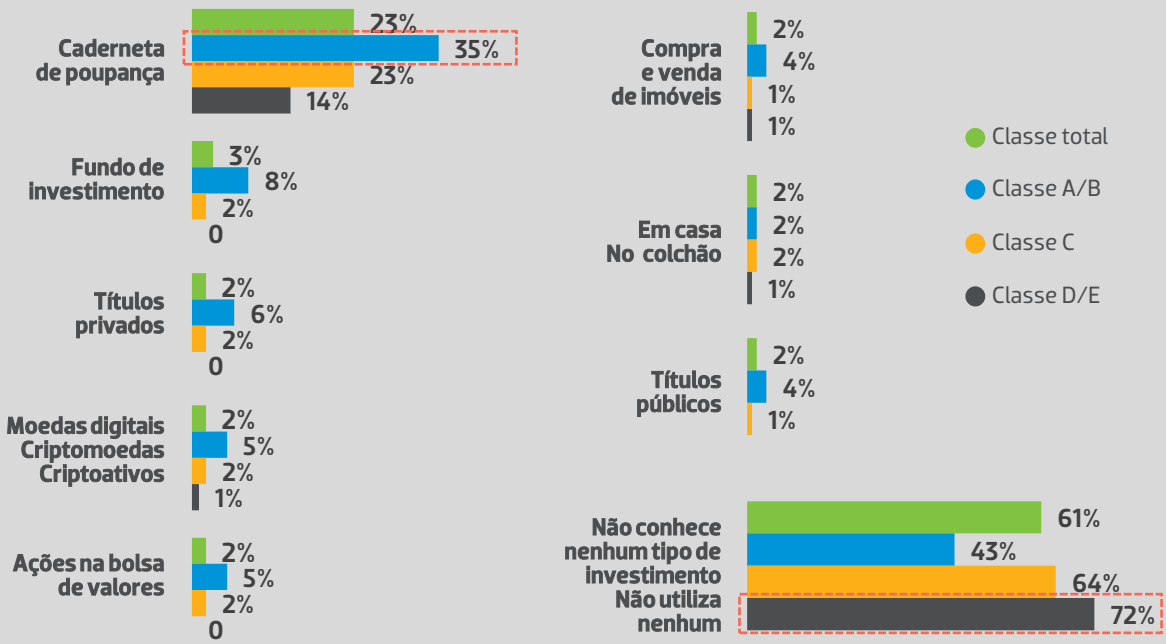
Dos investimentos feitos em 2021, aplicações financeiras e compra de bens duráveis e imóveis foram, ambos, citados por 6% da população. Já 5% mencionaram aportes em empreendimentos e negócios próprios.

Entre as pessoas da classe A/B, aplicações financeiras foram o tipo de investimento que obteve maior destaque nas menções (14%), seguidas por compra de bens e imóveis (10%) e empreendimentos e negócios (6%). Já para a classe C, cujos investimentos foram menores que os da A/B, aplicações financeiras e compra de bens duráveis e imóveis tiveram percentuais de 5% e 6% respectivamente, junto de empreendimentos e negócios com 5% das citações. Entre as pessoas da classe D/E que investiram menos ainda que as outras classes sociais em 2021, é possível observar a preferência por bens duráveis e imóveis e por empreendimentos e negócios – ambos com 3%. As aplicações financeiras responderam por somente 1% dos investimentos deste grupo no período.

Tipo de investimento que utiliza

Dentre os investimentos que a população conhece, a caderneta de poupança é o produto financeiro mais utilizado entre os brasileiros, com 23% das menções. Este percentual sobe para 35% na classe A/B e cai para 14% na D/E. Já os demais produtos, como fundos de investimento, títulos privados, ações e ativos digitais, apresentam uma participação baixa na carteira de investimento da população. E uma pequena parte dos brasileiros ainda guarda dinheiro em casa e/ou "no colchão" (2%).

Poupança ainda é o produto financeiro mais utilizado



Amostra: população: 5.878 | Classe A/B: 1.393 | Classe C: 2.810 | Classe D/E: 1.675

Na hora de escolher o tipo de produto que irá compor suas carteiras, o principal motivo citado pelos brasileiros é a segurança (35%). Já o segundo critério mais levado em conta pela população é o retorno financeiro possível de se obter com o dinheiro aplicado (17%). Na análise por classes sociais, a A/B se destaca, com 38% e 24%, respectivamente.

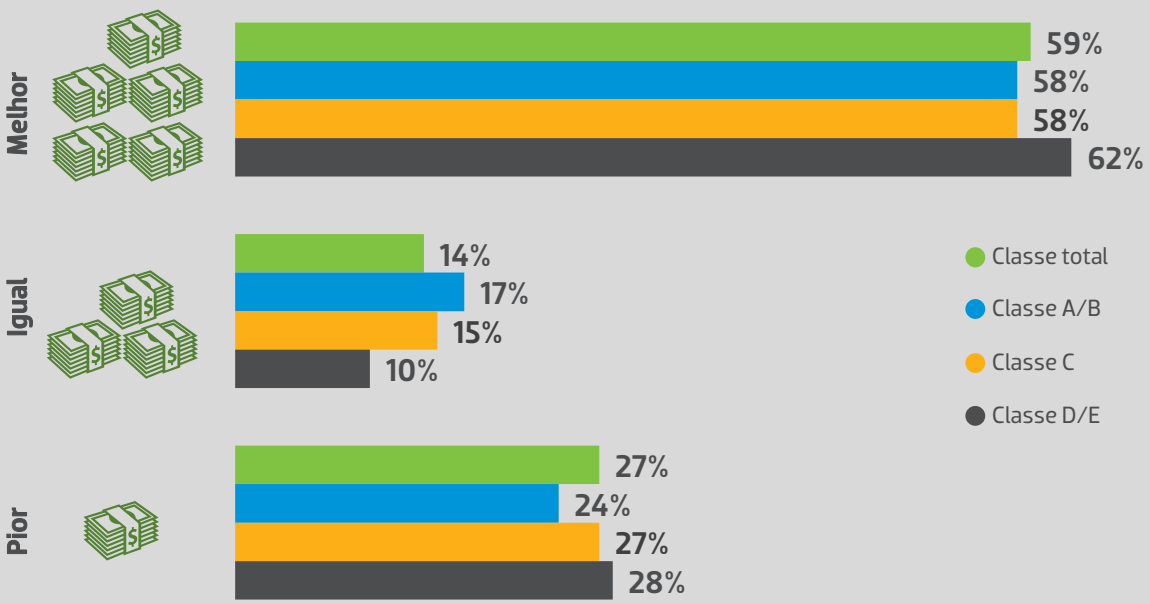
Na amostra da pesquisa focada apenas em investidores brasileiros, as escolhas aparecem na mesma ordem, mas com percentuais diferentes: segurança com 44% e retorno financeiro com 23%.

Projeções para 2022 e expectativa para economia brasileira

Para 2022, a pesquisa também identificou os brasileiros que pretendem continuar investindo em produtos financeiros, não financeiros ou que desejam parar de investir. Enquanto cerca de 15 milhões de investidores indicam intenção de migrar para produtos não financeiros ou parar de investir, outros 18 milhões de não investidores sinalizam a intenção oposta. A expectativa, portanto, é positiva: um aumento de 2% no total de investidores, o que representa cerca de 3 milhões de pessoas.

Com relação às expectativas para o cenário econômico para 2022, a maioria (59%) dos entrevistados acha que a tendência é de melhora. Por classe social, a D/E é a mais otimista: 62% das pessoas desse grupo acreditam na melhora do ambiente econômico. Já as pessoas das classes A/B e C são as que mais acreditam que a tendência é a manutenção do cenário: 17% e 15%, respectivamente.

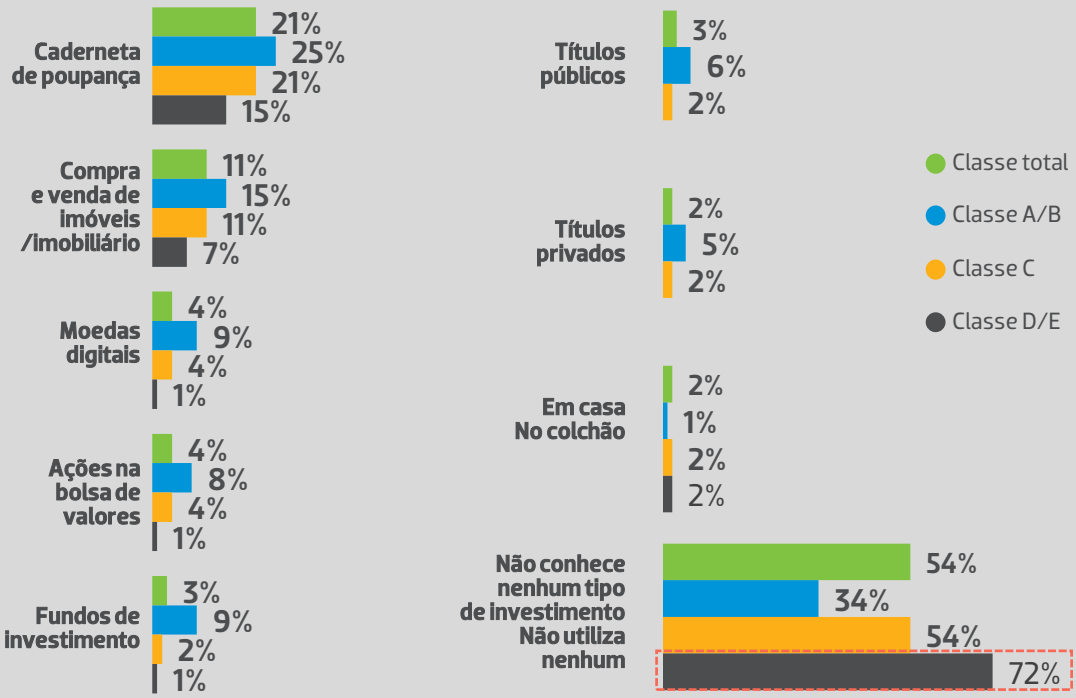
Brasileiro mantém o otimismo para 2022



Amostra: população: 5.878 | Classe A/B: 1.393 | Classe C: 2.810 | Classe D/E: 1.675

Nas intenções de investimento, ou seja, no desejo de passar a utilizar ou continuar aportando recursos em determinado produto financeiro, a poupança também lidera com 21% na população em geral, chegando a 25% entre as pessoas da classe A/B e caindo para 15% na D/E. Na sequência, na preferência da população como um todo, ficaram a compra e venda de imóveis, com 11%, e moedas digitais e ações com 4% cada.

Produtos financeiros que pretende utilizar ou continuar utilizando



Amostra: população: 5.878 | Classe A/B: 1.393 | Classe C: 2.810 | Classe D/E: 1.675

Nessa edição, a pesquisa incluiu uma nova pergunta sobre a quantidade de produtos financeiros nos quais os entrevistados investem. Grande parte dos investidores (51%) tem mais de uma aplicação financeira, o que sinaliza alguma preocupação quanto à diversificação das carteiras.

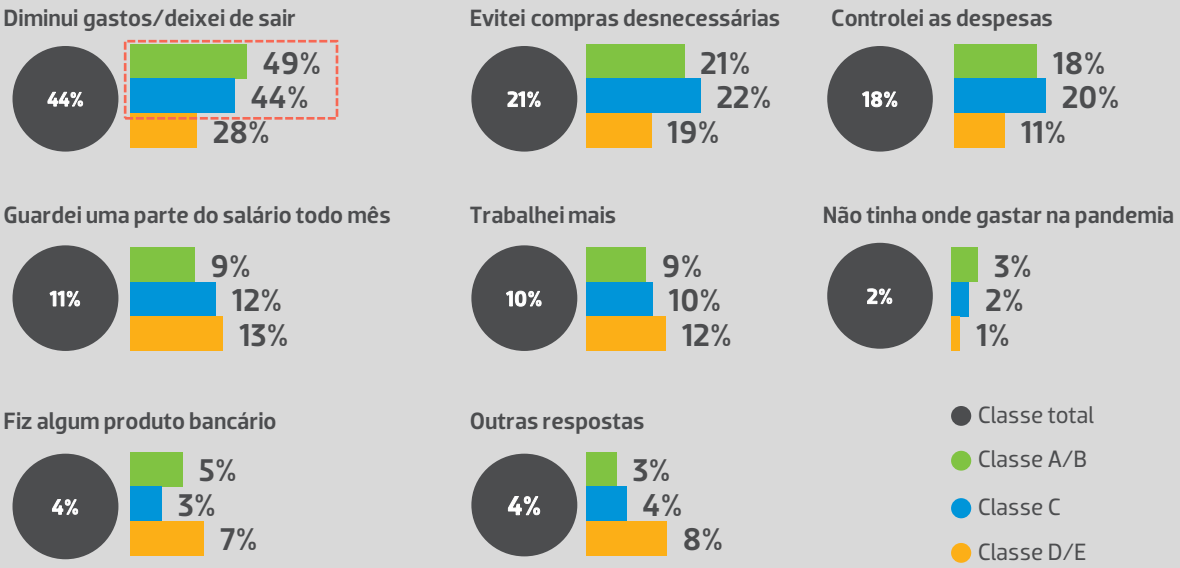
Para aqueles que têm mais de uma aplicação, os investimentos preferidos são ações (57%), moedas digitais (56%) e fundos de investimento (56%).

Dificuldade para economizar, perda de renda e pandemia

Em 2021 menos de um terço dos brasileiros (27%) conseguiu economizar. A reserva de recursos foi liderada pela classe A/B: 45% das pessoas desse grupo fizeram alguma economia no período. O percentual cai significativamente entre as pessoas da classe C (25%) e ainda mais na classe D/E, na qual apenas 1 em cada 10 conseguiu economizar algum dinheiro em 2021.

O meio mais utilizado pela população para economizar foi diminuir gastos e/ou deixar de sair (44%), seguido de evitar compras desnecessárias (21%) e controlar despesas (18%). As pessoas da classe A/B conseguiram economizar mais diminuindo gastos e/ou deixando de sair (49%).

De onde veio o dinheiro economizado

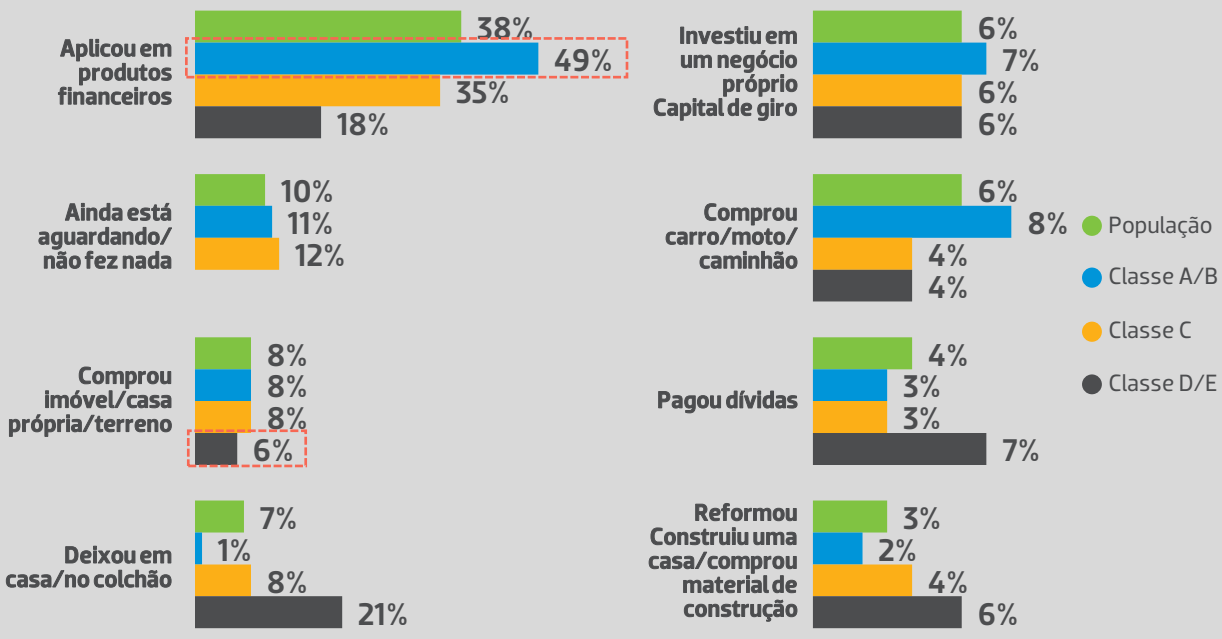


Amostra: Entrevistados que conseguiram economizar em 2021 (P2<>96): 1.535 entrevistados | Classe A/B: 624 | Classe C: 699 | Classe D/E: 212

Para aqueles que conseguiram economizar, 38% aplicaram recursos em produtos financeiros. Esse índice é maior para as pessoas da classe A/B (49%). No caso da classe D/E, a maioria (21%) optou por manter o dinheiro guardado em casa, mas ainda assim, 18% das pessoas desse grupo investiram em aplicações financeiras.

Das pessoas que realizaram alguma aplicação financeira, 56% disseram ter feito investimentos nos produtos que já possuíam. Destes, a maioria é da classe A/B (57%) e classe C (56%).

O destino do dinheiro economizado



Amostra: Entrevistados que conseguiram economizar em 2021 (P2<>96): 1.535 entrevistados | Classe A/B: 624 | Classe C: 699 | Classe D/E: 212

A pesquisa também apurou a perda de renda e emprego em 2021, fatores que também prejudicaram as pessoas na hora de economizar. Do total da população, 63% declararam perda parcial ou total de renda no período. Esse percentual é maior na classe C (66%). Com relação à perda de emprego, 16% dos entrevistados disseram ter passado por essa situação e 25% declararam que outra pessoa da sua residência também perdeu o emprego em 2021.

Além disso, mais da metade da população (54%) precisou de dinheiro para alguma emergência em 2021. O percentual é maior na classe A/B (58%), seguida da C (57%). As pessoas da classe D/E também precisaram de dinheiro para alguma emergência, mas o índice foi menor (45%).

Dentre as atitudes citadas como emergenciais, retirar dinheiro de aplicações financeiras ou recorrer a outras reservas foi a opção para 40% dos brasileiros. Essa situação foi mais comum para as pessoas da classe A/B. Pedir empréstimo ou usar o cheque especial ou rotativo foi o caminho percorrido por 26% da população – a maioria das classes A/B e C, ambas com percentual de 28%.

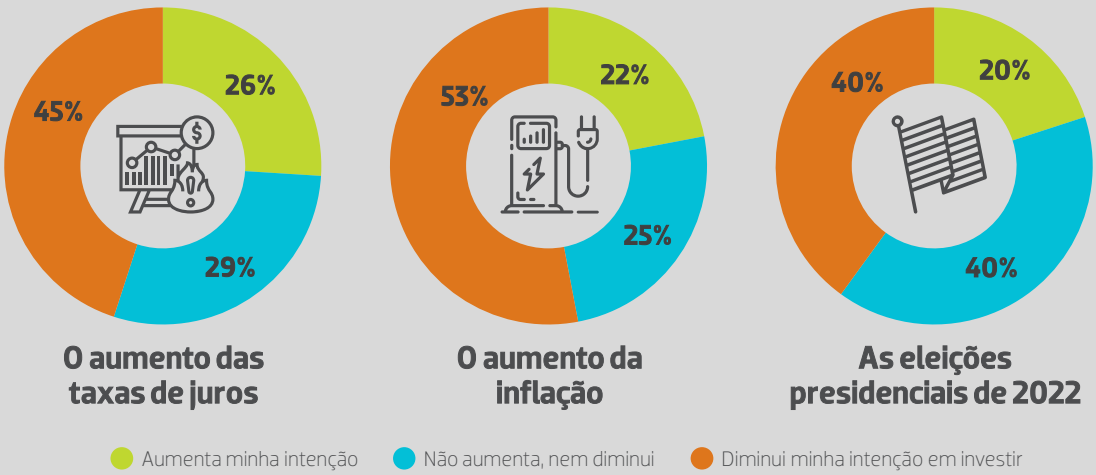
OS INVESTIDORES BRASILEIROS

Disposição para investir

Na 5ª edição do Raio X do Investidor Brasileiro foram apresentados aos entrevistados três fatores que poderiam influenciar nas suas intenções de investir em 2022: inflação, juros altos e o fato de ser um ano com eleições presidenciais.

O aumento da inflação foi o fator mais apontado pelos investidores como desestimulador do investimento (53%). Em segundo lugar, com 45% das citações, veio a alta dos juros. A corrida eleitoral foi o aspecto considerado mais indiferente no cenário de investimento: 40% dos investidores responderam que ela não aumenta nem diminui a intenção de investir.

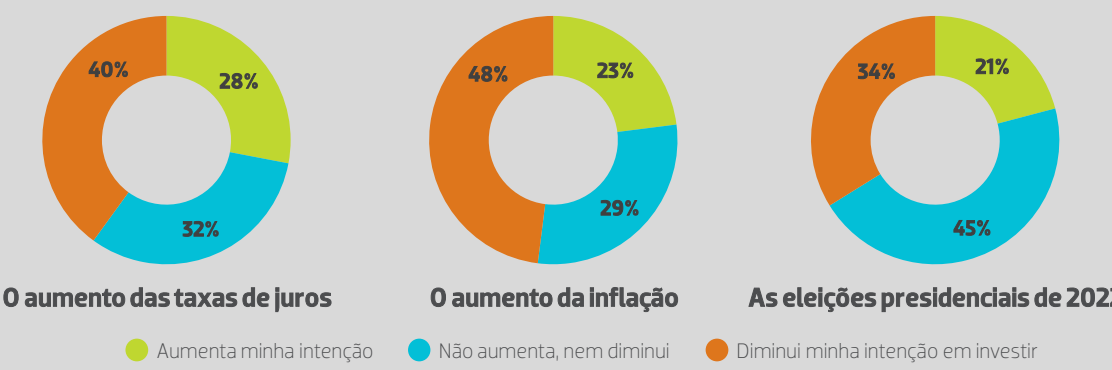
Aspectos que aumentam ou diminuem a disposição do brasileiro em investir



Amostra: 5.878 entrevistados

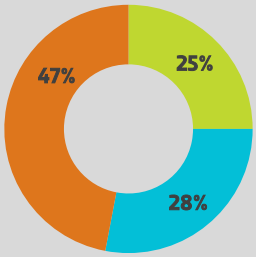
Quando analisados por classe social, os dados mostram que, independentemente da renda do entrevistado, os três aspectos têm resultados semelhantes. De maneira geral, o que mais pesa na decisão de investimento é o aumento da inflação e da taxa de juros. As eleições ocupam o terceiro lugar.

Classe A/B

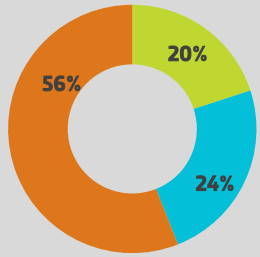


Amostra: Classe A/B: 1.393 entrevistados

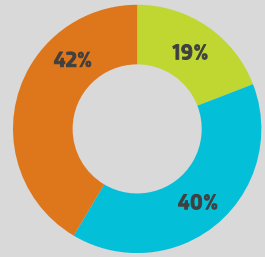
Classe C



O aumento das taxas de juros



O aumento da inflação

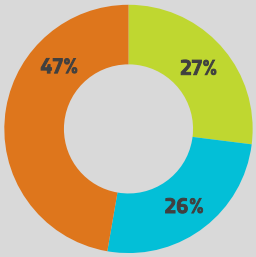


As eleições presidenciais de 2022

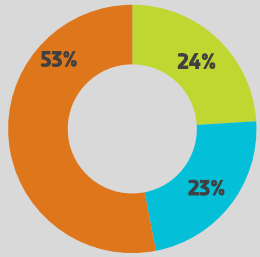
Aumenta minha intenção | Não aumenta, nem diminui | Diminui minha intenção em investir

Amostra: 2.810 entrevistados

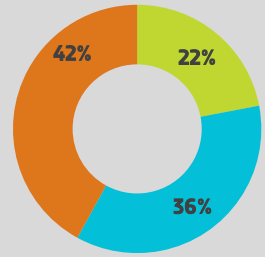
Classe D/E



O aumento das taxas de juros



O aumento da inflação



As eleições presidenciais de 2022

Aumenta minha intenção | Não aumenta, nem diminui | Diminui minha intenção em investir

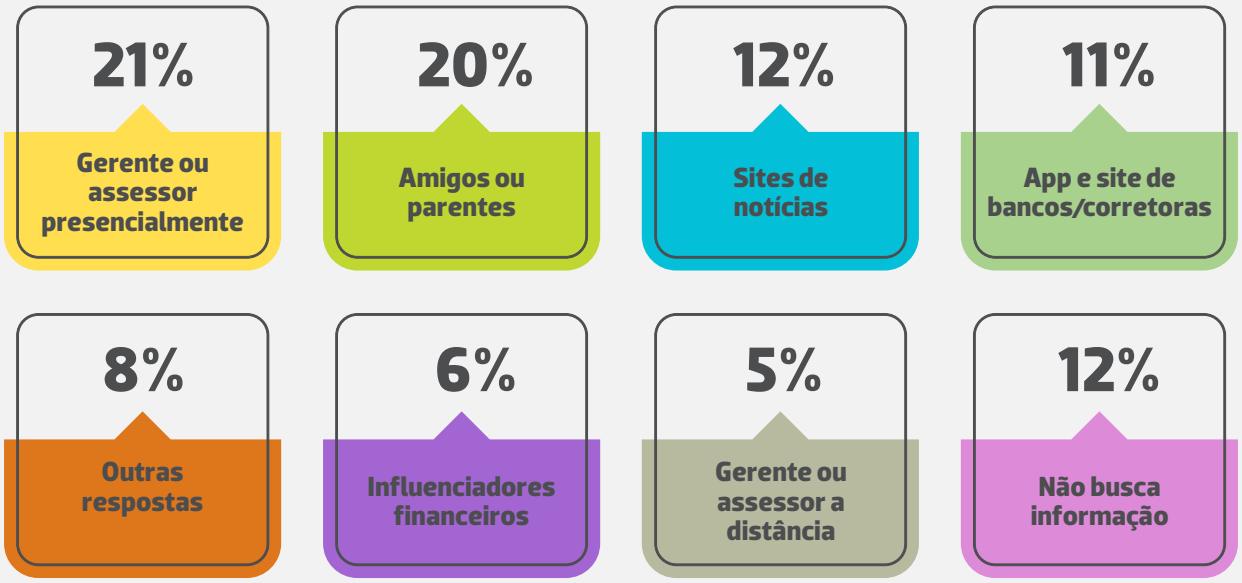
Amostra: 1.675 entrevistados

Onde o brasileiro busca informação para investir

As pessoas consultam diversas fontes de informações para decidir qual é o melhor produto financeiro para aplicar seu dinheiro. Entre as mais citadas estão: amigos/parentes, site de notícias, falar com o gerente ou assessor presencialmente e aplicativos e sites do banco ou corretora de investimento.

Quando se trata de buscar informações sobre investimentos, a preferência recai sobre o gerente do banco ou o especialista em investimentos, com interações presenciais. Este é o principal meio para busca de informações para 21% dos investidores. A taxa é um pouco mais elevada, de 26%, quando se refere à classe D/E; e cai para 19% no extrato mais elevado de renda.

Como o brasileiro se informa sobre produtos na hora de investir



Amostra: investidores 1.761 entrevistados

Especialmente para essa edição do Raio X foi feita uma pergunta para entender se esses amigos ou parentes que aconselham sobre investimento trabalham com isso. Quase metade dos que buscam informações com amigos recorre a alguém que trabalha com investimentos (46%) – o percentual é maior para a classe A/B (56%).

Outra fonte de informação citada pelos entrevistados são os influenciadores digitais que falam sobre investimentos. Entre as razões mais citadas para acompanhar um influenciador digital estão o conteúdo das postagens (43%), educação financeira (31%), característica do influenciador (26%) e objetivos abordados (14%).

Quando o assunto são os canais digitais mais utilizados para buscar informações sobre investimento, o YouTube lidera, com 32% da preferência; seguido da televisão (29%) e do Instagram, com 22% das menções; site/portais de notícias, com 20% – o WhatsApp também aparece com um índice relevante de citações: 19%.

YouTube lidera na busca por informação sobre investimento

Amostra: investidores 1.761 entrevistados

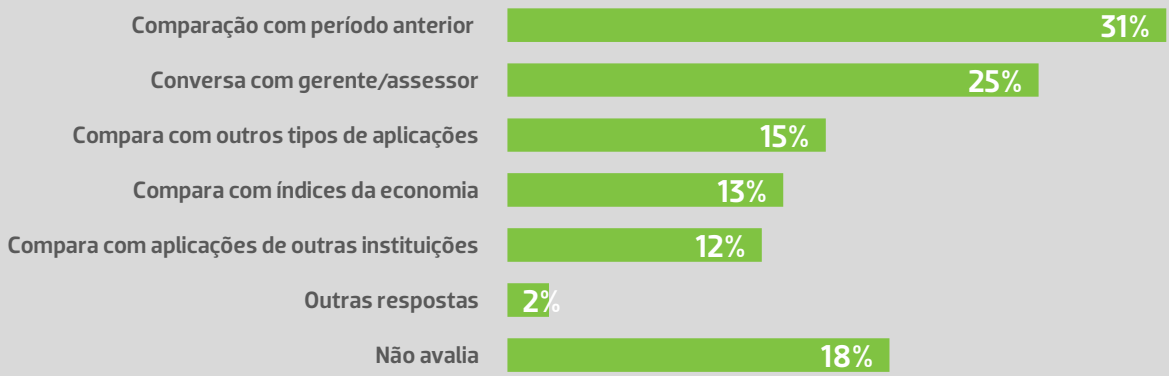
Principal meio de informação para decidir em qual produto investir

As diferenças aparecem quando se olha a preferência de acordo com a classe social: enquanto o YouTube é o mais popular entre as classes A/B (36%) e C (32%), a televisão tem a preferência da classe D/E (35%). O Facebook e o WhatsApp também são citados por uma parcela significativa da classe D/E, com 19% de participação de ambos.

Com relação aos meios utilizados para realizar aplicações financeiras, as respostas mais citadas pela população são: presencialmente no banco (51%); seguida de aplicativos de bancos (42%); e site dos bancos (13%). Mesmo com a situação pandêmica, 43% dos entrevistados afirmaram que ir pessoalmente ao banco é o principal meio para realizar aplicação financeira, com destaque para a classe D/E, parcela da população na qual o percentual chega a 60%.

Quando questionados como avaliam o desempenho das aplicações financeiras, a comparação com períodos anteriores lidera, com 31% da preferência. Na sequência vem a conversa com gerente, assessor ou especialista de investimento, com 25%, seguida da comparação com outros tipos de aplicações, (15%).

Como avalia o desempenho das aplicações

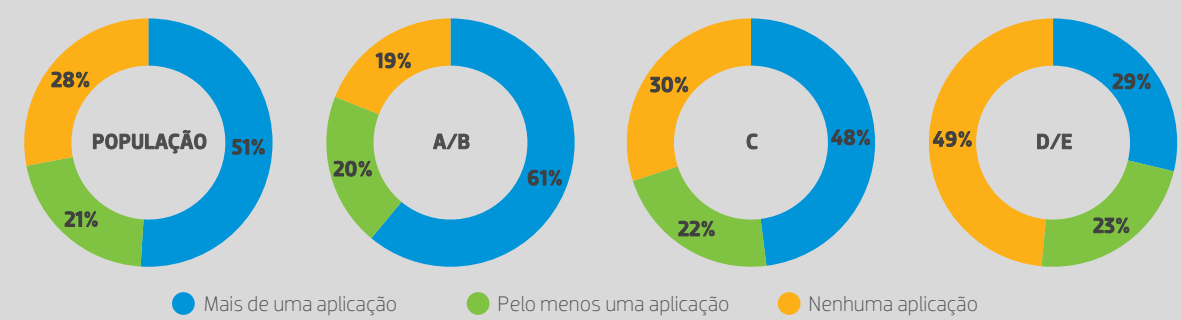


Amostra: investidores 1.761 entrevistados

E quantas vezes o brasileiro investiu em 2021?

Mais da metade da população (51%) realizou mais de uma aplicação financeira em 2021. Mas, quando se observam as classes, a diferença entre A/B e D/E fica clara: no primeiro grupo, ao menos 51% fizeram mais de uma aplicação, percentual que cai para 29% no segundo. É grande o número de pessoas da classe D/E que não fez nenhuma aplicação: 49%.

Número de vezes que investiu em 2021 (independentemente do investimento)



Amostra: População: 1.964 entrevistados | Classe A/B: 754 entrevistados | Classe C: 904 entrevistados | Classe D/E: 306 entrevistados

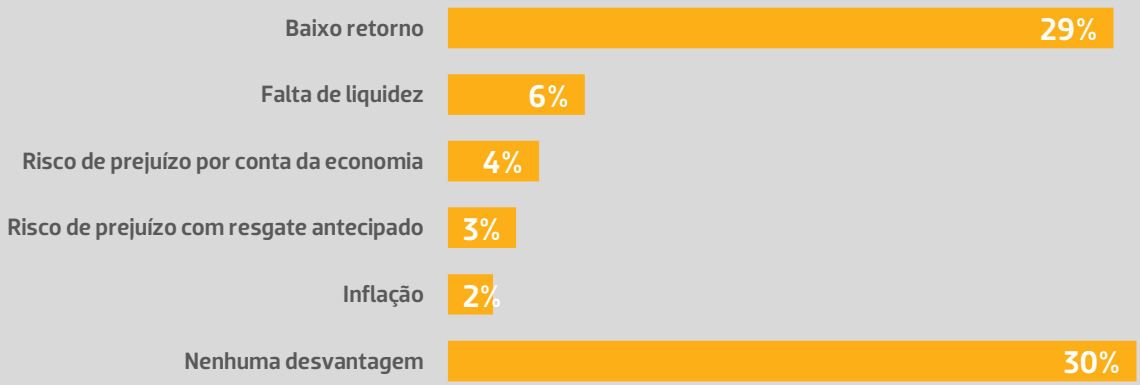
Vantagens e desvantagens encontradas em aplicar

A segurança financeira, decorrente da possibilidade de formar uma reserva, é a principal vantagem (44%) apontada pelos investidores. O segundo maior motivador é o retorno, mencionado por 23% deles.

Quando se observa apenas a classe D/E, nota-se a maior parcela que não enxerga vantagem em investir (10%). O percentual dos que não sabem os benefícios de investir é ligeiramente superior (12%).

Na outra ponta, quando perguntados sobre as desvantagens de investir, os brasileiros que têm dinheiro aplicado apontam o baixo retorno obtido com a aplicação (29%). A falta de liquidez é mencionada como desvantagem para uma parcela pequena (6%).

Desvantagens da aplicação financeira pelo olhar dos investidores

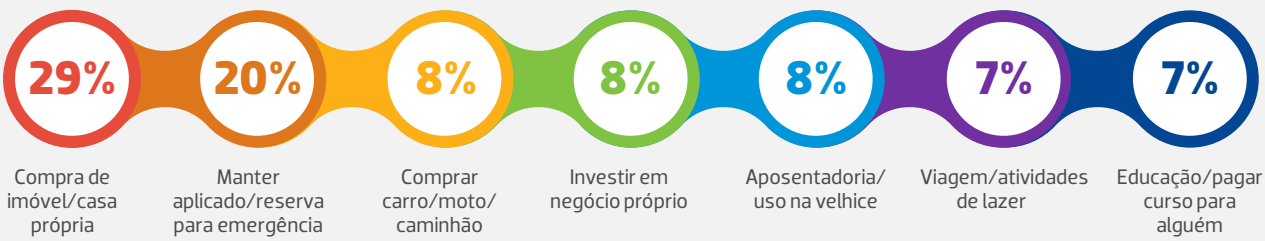


Amostra: investidores 1.761 entrevistados

Qual o destino que a população dá para o retorno das aplicações?

Realizar o sonho da casa própria é o principal destino para o dinheiro investido pelas pessoas: 29% da população indica essa finalidade. Na sequência, vem o aspecto da segurança, com a garantia de ter dinheiro guardado para emergências, com 20% das menções.

Quando se olha os dados por classe social, nota-se que, enquanto a classe A/B prioriza a compra de veículo próprio (9%), a classe D/E foca no negócio próprio (12%). A preocupação com a velhice vem lá embaixo na lista de prioridades, com menor incidência ainda entre as pessoas da classe D/E.



Amostra: investidores 1.761 entrevistados

ANBIMA

DIVERSIDADE NO MUNDO DOS INVESTIMENTOS

Pela primeira vez, a pesquisa traz dados sobre o comportamento dos investidores por gênero, orientação sexual, raça e geração. É uma maneira de enxergar como cada perfil trata suas finanças. A seguir, destacamos informações que nos permitem entender melhor esses investidores.

Mulheres ainda estão fora do mundo dos investimentos

Proporcionalmente, as mulheres investem em menor número do que os homens. Quase 3/4 das mulheres ainda estão fora do mundo dos investimentos: as não investidoras somam 72% da população feminina, enquanto os homens que não investem chegam a 66%. Enquanto 64% das brasileiras não guardam dinheiro de jeito nenhum, entre os homens, o percentual cai para 58%.

O principal limitador apontado por 71% das mulheres são as condições financeiras– para os homens esse percentual corresponde a 62%.

Razão para não ter feito nenhum investimento ou aplicação financeira	que não investem	que não investem
Condições financeiras	**71%**	**62%**
Falta de dinheiro/não sobra dinheiro para investir	55%	51%
Desemprego/ não tem emprego fixo/sem renda/ perdeu o emprego	10%	6%
Teve outros gastos/ tem outras prioridades/doença/ ajudou parentes/contas para pagar/ dívidas	6%	3%
Inflação/ alta dos preços/custo de vida (água/ luz)	4%	3%
Perda de rendimentos/ redução de salário	0%	1%
Falta de organização/ não conseguiu economizar/falta de planejamento	1%	0%
Interesse	**6%**	**7%**
Não teve interesse em fazer/não quis fazer	4%	5%
Não achou necessário	1%	1%
Falta de tempo/oportunidade	1%	1%
Insegurança	**5%**	**8%**
Crise/instabilidade econômica	2%	4%
Insegurança/medo de não dar certo	1%	2%
Risco de perder dinheiro	1%	1%
Crise política/ incerteza no novo governo/ falta de confiança	1%	1%
Pandemia	**3%**	**4%**
Falta de conhecimento/informações	3%	4%
Baixo rendimento/não vale a pena investir	1%	2%
Não conhece nenhum produto financeiro	**7%**	**6%**
Base	**2.244**	**1.873**

A maioria das investidoras escolhe produtos com perfil mais conservador e de menor risco: 83% delas têm dinheiro na caderneta de poupança, preferência que cai para 68% entre os homens.

Todos os outros produtos financeiros foram citados por menos de 10% das entrevistadas. Títulos privados, como debêntures e CDBs (Certificados de Depósito Bancário), LCIs (Letras de Crédito Imobiliário), LCAs (Letras de Crédito do Agronegócio), tiveram 7% de preferência entre as mulheres, ligeiramente inferior aos 9% de menção entre os homens. Já os fundos de investimento (renda fixa, multimercados, imobiliários) são o destino das economias de 6% das investidoras. Entre os homens, o produto alcança 12%.

Outro dado que corrobora que as mulheres são mais conservadoras é a escolha de produtos novos ou de maior risco: moedas digitais ou criptoativos são opções de investimentos para apenas 4% das mulheres. A taxa cai ainda mais, para 3%, quando o assunto é ações. Entre os homens, 11% têm esses tipos de investimento.

Onde está o dinheiro delas e deles	que investem	que investem
Caderneta de poupança	83%	68%
Fundos de investimento, como renda fixa, multimercados, fundos cambiais, ações, imobiliários etc.	6%	12%
Títulos privados, como debêntures, CDB, LCI, LCA, letra de câmbio, COE etc.	7%	9%
Moedas digitais/criptomoedas/criptoativos	4%	11%
Ações na bolsa de valores	3%	11%
Compra e venda de imóveis/imobiliário	1%	2%
Em casa/no colchão	1%	1%
Títulos públicos via Tesouro Direto (pré-fixados, pós-fixados e de inflação)	3%	7%
Plano de previdência privada	5%	5%
Moedas estrangeiras	2%	3%
Ouro	0%	1%
Título de capitalização	0%	1%
Base	**831**	**930**

Amostra: investidores 1.761 entrevistados

O principal objetivo que move as mulheres a investir é o sonho da casa própria (28%), parcela parecida com a dos homens (30%). A semelhança se repete quando a meta é a reserva de emergência e manter valores aplicados, com o mesmo percentual de 20% para ambos os sexos.

No entanto, algumas prioridades mudam em outras comparações: para elas, viajar pelo mundo e conhecer novas culturas (9%) e fornecer educação para si e para filhos e netos (8%) é mais importante do que investir em negócio próprio (7%) e usar na velhice (6%), enquanto, para os homens, pensar na aposentadoria (9%) e empreender (9%) passa na frente de viagens (6%) e estudar (6%).

Para onde vai o dinheiro delas e deles	que investem	que investem
Comprar um imóvel/pagar parcelas da casa	28%	30%
Manter aplicado/ter dinheiro guardado para emergências	20%	20%
Comprar um carro/moto/caminhão	8%	8%
Investir em um negócio próprio	7%	9%
Usar na velhice/aposentadoria	6%	9%
Fazer uma viagem/passeio/atividades de lazer	9%	6%
Educação/pagar um curso para alguém (filho, neto)	8%	6%
Deixar para os filhos	5%	3%
Construir/reformar a casa	5%	3%
Investir em saúde/plano de saúde	3%	1%
Pagar dívidas/contas (sem especificar)	2%	2%
Aplicar/fazer mais investimento/reinvestir	1%	3%
Despesas básicas/sustento/sobrevivência	1%	2%
Ter um rendimento/renda passiva	1%	2%
Ajudar a família	1%	1%
Independência financeira	0%	1%
Projeto pessoal (sem especificar)/alcançar suas metas/realizar sonhos	0%	1%
Comprar móveis/mobiliar a casa	1%	0%
Aumento patrimonial	0%	1%
Lucro/aumentar o rendimento	0%	1%
Outras respostas	2%	2%
Nada/não tem planos	1%	1%
Recusa/não respondeu	2%	2%
Não sabe	8%	5%
Base	**831**	**930**

Amostra: investidores 1.761 entrevistados

Quanto às expectativas para investir em 2022, os homens demonstram mais propensão do que as mulheres: 51% deles responderam que pretendem investir este ano, contra 43% delas.

LGBTQIA+ x heterossexuais

A pesquisa aponta ligeiras diferenças entre os que se declararam heterossexuais e os LGBTQIA+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Queer, Intersexo, Assexual e mais) quando o assunto é investimento, mas quase sempre dentro da margem de erro. Entre os heterossexuais, 33% investiram em produtos financeiros em 2021 e 59% não guardaram dinheiro de forma alguma. Já entre os declarados LGBTQIA+, os percentuais são de 30% e 61%, respectivamente.

O investimento mais utilizado pelo grupo LGBTQIA+ é a poupança, escolha de 25% dos entrevistados desse grupo. Entre os heteros, a participação da poupança é ainda maior, de 30%. Os demais produtos – fundos de investimento, títulos privados e ações – têm participação muito semelhante de, no máximo, 4%, independente da orientação sexual.

Tipo de investimento que utiliza por orientação sexual	Hetero	LGBTQIA+
Caderneta de poupança	26%	23%
Fundos de investimento	3%	3%
Títulos privados	3%	4%
Ações na bolsa de valores	3%	1%
Moedas digitais/criptomoedas	3%	3%
Compra e venda de imóveis	2%	1%
Títulos públicos	2%	2%
Plano de previdência privada	2%	1%
Em casa/no colchão	2%	3%
Não utiliza nenhum	62%	65%
Base	**4.559**	**515**

Amostra: Entrevistados que conhecem algum tipo de investimento – 5.604 entrevistados

Tanto o público LGBTQIA+ quanto o hetero apontam as mesmas vantagens quanto aos investimentos financeiros: segurança e a possibilidade de ter uma reserva, como preferência para 35% dos heterossexuais e 37% para os LGBTQIA+. O retorno financeiro também aparece entre as principais vantagens, citado por 21% dos LGBTQIA+ e por 18% dos heterossexuais.

Mas a diferença aumenta quando se analisa o destino dos recursos aplicados: 40% dos LGBTQIA+ querem realizar o sonho da casa própria, seguido de manter um dinheiro guardado para emergências (20%), atividades de lazer (viagens, passeios), com 12%, e comprar um veículo, 9%.

No caso dos heterossexuais, a parcela que quer comprar um imóvel é menor: 28%. Manter o dinheiro guardado (20%), usar na velhice (8%), comprar um veículo (8%) e empreender (8%) são citados na sequência.

Outra diferença entre os dois públicos está no principal meio utilizado para realizar os investimentos: enquanto heterossexuais preferem ir pessoalmente ao banco (43%), os LGBTQIA+ realizam suas aplicações via aplicativo do banco (42%).

Principal meio para investir por orientação sexual	Hetero	LGBTQIA+
Pessoalmente no banco	43%	38%
No aplicativo do banco	34%	42%
No site do banco	7%	6%
No aplicativo da corretora de investimentos	5%	7%
No site da corretora de investimentos	4%	2%
Pelo telefone no banco	2%	2%
Base	**1.510**	**161**

Amostra: investidores – 1.761 entrevistados

Perfil por raça

Pela primeira vez, a pesquisa também faz o retrato dos investidores por raça, o que permite olhar o comportamento das pessoas declaradas brancas e pretas/pardas (a denominação segue os critérios estabelecidos pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Como já mencionado, investidores, independentemente de outros fatores, são a minoria na população. A distância é ainda maior entre os declarantes brancos e pretos/pardos: enquanto 37% do primeiro grupo investe em algum tipo de produto financeiro, os do segundo grupo somam 29%. Já entre os brasileiros que não guardam dinheiro de forma nenhuma são 63% de declarados pretos/pardos e 56% dos declarados brancos.

	Raça		
	Preto + Pardo	**Branco**	**Outras**
Brasileiros que investem seu dinheiro em produtos financeiros	29%	37%	22%
Brasileiros que não guardam dinheiro de forma alguma	63%	56%	65%
Base	**3.420**	**1.873**	**585**

Quando se olha para o tipo de investimento que eles utilizam, entre os declarados brancos, o percentual de utilização da poupança é de 27%; cai para 22% entre os declarados pretos/pardos. Nos demais produtos, a diferença é menor.

Tipos de investimento que utiliza por perfil racial	**Preto + Pardo**	**Branco**	**Outras**
Caderneta de poupança	23	28	19
Fundos de investimento	2	5	1
Títulos privados	2	4	2
Ações na bolsa de valores	2	3	1
Moedas digitais/criptomoedas	2	3	2
Compra e venda de imóveis	2	2	3
Títulos públicos	1	3	0
Plano de previdência privada	1	3	1
Em casa/no colchão	2	2	2
Não utiliza nenhum	66	58	71
Base	**3.261**	**1.807**	**536**

Amostra: Entrevistados que conhecem algum tipo de investimento – 5.604 entrevistados

Os dois grupos também têm respostas muito semelhantes quando questionados sobre o principal meio utilizado para realizar investimentos, vantagens de aplicar o dinheiro em produtos financeiros ou onde buscam informações sobre investimento.

Perfil por gerações

O Raio X identifica diferenças quando os investidores são segregados por idade: muda não só o tipo de produto escolhido como também os meios utilizados para fazer a aplicação financeira e as vantagens observadas ao realizar um investimento.

O levantamento mostra que as pessoas da geração X e Millenials investem mais em produtos financeiros do que mais jovens, da geração Z. Os Boomers e as pessoas com 76 anos + são as que têm maior dificuldade em guardar algum dinheiro – 64% no primeiro grupo e 69% no segundo. O percentual também é relevante entre a geração Z: mais de 62% das pessoas dessas desse grupo não guardam dinheiro de forma alguma.

Os investidores brasileiros

	16-25 anos (geração Z)	26-40 anos (millenials)	41-60 anos (geração X)	61-75 anos (Boomers)	76+ anos
Brasileiros que investem seu dinheiro em produtos financeiros	26%	33%	33%	31%	23%
Brasileiros que não guardam dinheiro de forma alguma	62%	58%	61%	64%	69%
Base	**1.231**	**1.701**	**1.955**	**889**	**102**

Ainda que a poupança tenha a preferência em todas as gerações, há diferenças na proporção do favoritismo entre os grupos. Quanto maior a faixa etária, maior é o número de pessoas que utilizam a caderneta de poupança: 15% da geração Z, 24% entre os Millenials, 28% entre a geração X e, por fim, 29% entre os Boomers.

A pesquisa aponta que tanto os Boomers quanto as pessoas de 76 anos ou mais, ignoram investimentos em criptoativos. Já 5% da geração Z e 4% dos Millenials declaram investir no produto.

Investimentos dos brasileiros por geração

	16-25 anos (geração Z)	26-40 anos (millenials)	41-60 anos (geração X)	61-75 anos (Boomers)	76+ anos
Caderneta de poupança	15%	24%	28%	29%	22%
Fundos de investimento	4%	4%	3%	1%	1%
Títulos privados	2%	4%	3%	2%	1%
Ações na bolsa de valores	3%	4%	2%	-	-
Moedas digitais/criptomoedas	5%	4%	1%	-	-
Compra e venda de imóveis	1%	2%	2%	1%	3%
Títulos públicos	2%	3%	1%	1%	1%
Plano de previdência privada	-	2%	2%	1%	2%
Em casa/no colchão	5%	2%	1%	-	1%
Não utiliza nenhum	67%	61%	63%	66%	72%
Base	**1.151**	**1.607**	**1.887**	**861**	**98**

Amostra: Entrevistados que conhecem algum tipo de investimento – 5.604 entrevistados

Os números também reforçam a familiaridade dos mais jovens com a tecnologia. Enquanto 54% da geração Z e 44% dos Millenials utilizam aplicativos de bancos na hora de investir, somente 12% dos Boomers fazem o mesmo.

A diferença geracional também fica clara quando o assunto é a ida ao banco: 81% das pessoas com 76 anos ou mais e 71% dos Boomers preferem realizar uma aplicação financeira pessoalmente. A participação cai para 15% entre as pessoas da geração Z e 32% entre os Millenials.

Principal meio utilizado para fazer uma aplicação financeira	16-25 anos (geração Z)	26-40 anos (Millenials)	41-60 anos (geração X)	61-75 anos (Boomers)	76+ anos
Pessoalmente no banco	15%	32%	52%	71%	81%
No aplicativo do banco	54%	44%	26%	12%	-
No site do banco	7%	7%	7%	4%	5%
No site da corretora de investimentos	7%	5%	2%	-	-
No aplicativo da corretora de investimento	11%	7%	3%	1%	-
Pelo Telefone no banco	3%	1%	3	2%	5%
Base	**300**	**546**	**626**	**266**	**23**

Amostra: investidores – 1.761 entrevistados

As gerações se igualam quanto às vantagens percebidas nos investimentos. Segurança financeira e a possibilidade de conseguir juntar algum dinheiro lideram as respostas em todas as gerações, com percentuais variam de 30% a 36%.

No entanto, o retorno financeiro é visto como vantagem mais frequente pela geração Z (25%) e pelos Millenials (20%). É também menor o percentual de pessoas da geração Z (5%) e dos Millenials (11%) que não enxergam vantagem em investir – para as geração X, Boomers e pessoas acima de 76 anos, o percentual é de aproximadamente 20%.

Vantagem das aplicações financeiras por geração

	16-25 anos (geração Z)	26-40 anos (millenials)	41-60 anos (geração X)	61-75 anos (Boomers)	76+ Anos
Segurança financeira, possibilidade de conseguir juntar uma reserva financeira	33	36	35	32	30
O retorno financeiro que posso obter com a aplicação do meu dinheiro	25	20	14	11	10
Nenhuma vantagem	5	11	19	20	18
Não sabe/não lembra	23	17	18	20	31
Base	**1231**	**1701**	**1955**	**889**	**102**

Amostra: 5.878 entrevistados

O sonho da casa própria é o principal objetivo dos investimentos para geração Z, Millenials e geração X, com 25%, 35% e 31% das menções, respectivamente. Entre os mais velhos – Boomers e 76 anos ou mais – o principal objetivo é ter uma reserva de emergência (27% e 25% das respostas). A geração Z é a mais preocupada em destinar recursos para a educação.

Destino para o retorno das aplicações por geração

	16-25 anos (geração Z)	26-40 anos (Millenials)	41-60 anos (geração X)	61-75 anos (Boomers)	76+ anos
Comprar um imóvel/casa própria (terreno/quitar/pagar parcelas da casa)	25%	35%	31%	16%	19%
Manter aplicado/ter dinheiro guardado para emergências/segurança financeira/ter estabilidade financeira	18%	17%	21%	27%	25%
Usar na sua velhice/aposentadorias/complemento da aposentadoria/garantir o futuro/pensando no futuro/futuro melhor	5%	7%	9%	8%	17%
Comprar um carro/moto/caminhão	14%	9%	6%	5%	4%
Fazer uma viagem/passeio/atividades de lazer	6%	8%	7%	9%	
Investir em um negócio próprio/comprar mercadoria/reformar a empresa	11%	10%	7%	4%	
Educação, como estudar, fazer um curso, pagar um curso para alguém (filho, neto)	15%	7%	6%	2%	
Não sabe	8%	5%	6%	9%	22%
Base	**300**	**546**	**626**	**266**	**23**

Amostra: investidores – 1.761 entrevistados

Com relação a busca por informação quando o assunto é o melhor produto para se investir, a escolha recai sobre o gerente, o assessor ou o especialista de investimento para a geração X (24%), Boomers (28%) e para as pessoas com 76 anos ou mais (24%). Entre os mais jovens prevalecem os parentes e amigos: com 22% da preferência entre as pessoas da geração Z e 20% dos Millenials.

Destaca-se também o papel dos influenciadores digitais para a geração Z – 12% dizem que os posts e vídeos desses profissionais são os principais meios utilizados na busca por informação sobre o melhor produto para se investir.

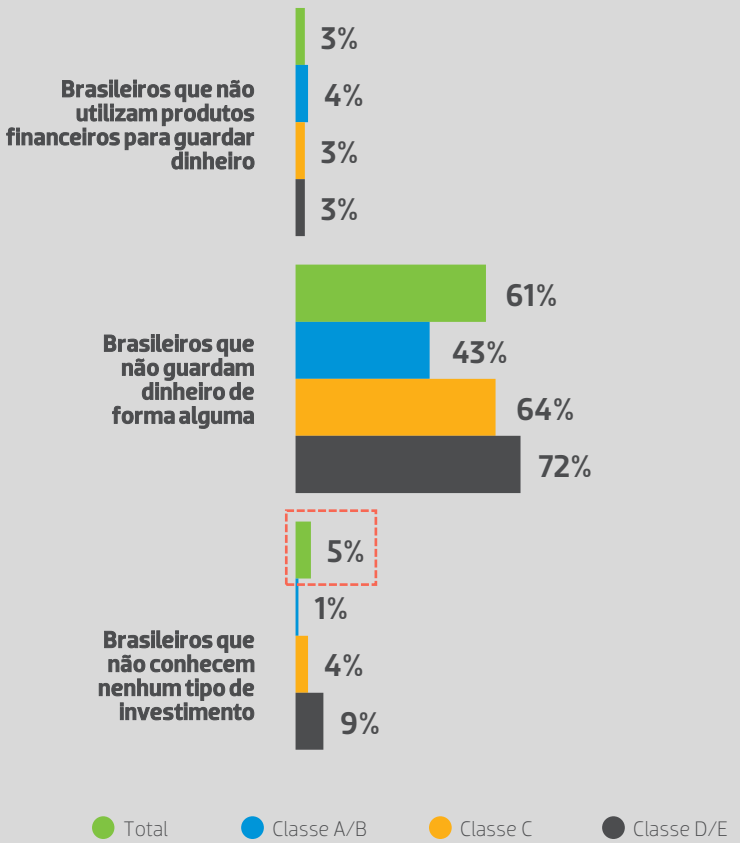
OS NÃO INVESTIDORES

A maioria dos brasileiros não investe

Ainda é grande o percentual de brasileiros que não guarda dinheiro e nem investe: 69% da população. A maioria (61%) não guarda dinheiro de forma alguma e 5% não conhecem qualquer tipo de investimento.

É na classe D/E que está a maior concentração de não investidores (84%) – destes, 9% declaram não conhecer nenhum tipo de investimento.

Os vários tipos de não investidores

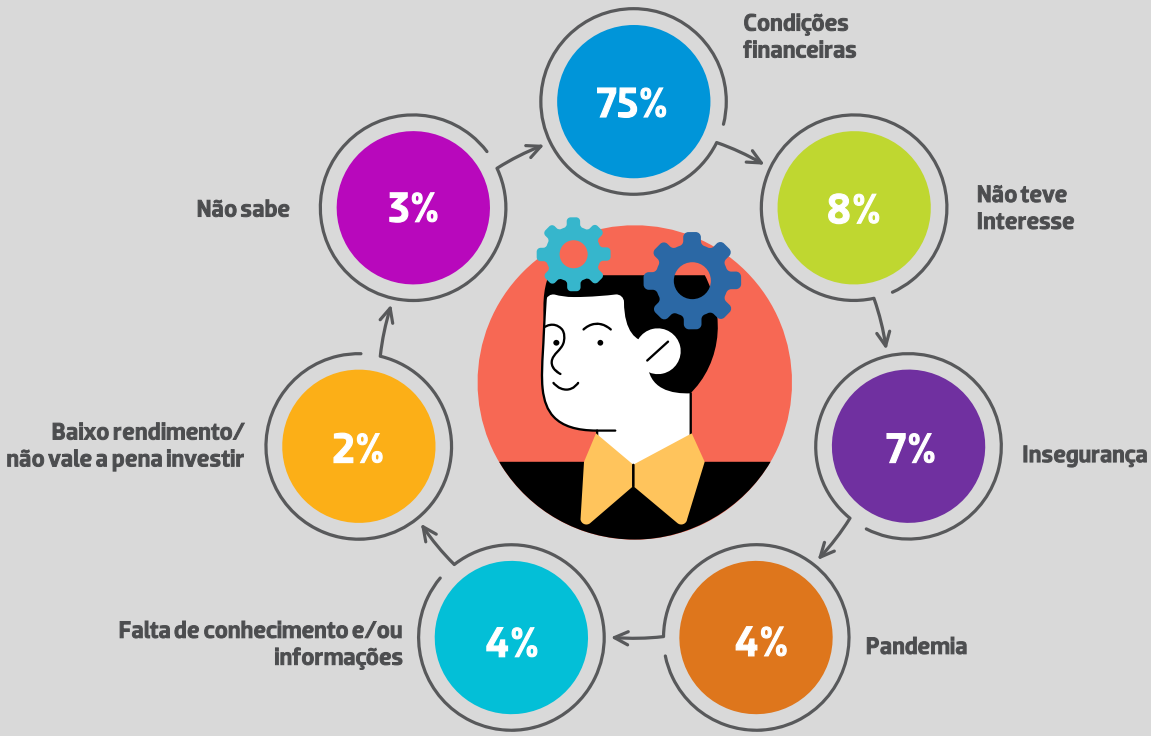


Amostra: Total: 5.878 entrevistados | Classe A/B: 1.393 | Classe C: 2.810 | Classe D/E: 1.675

Porque eles não investem

Grande parte dos brasileiros aponta as condições financeiras como principal razão para não investir (75%), seja por falta de dinheiro, salários baixos, desemprego e até por causa da inflação. A falta de interesse e a insegurança também foram citados pelos não investidores, mas em proporção menor – 8% e 7% respectivamente.

Razões para não fazer nenhum tipo de investimento em 2021

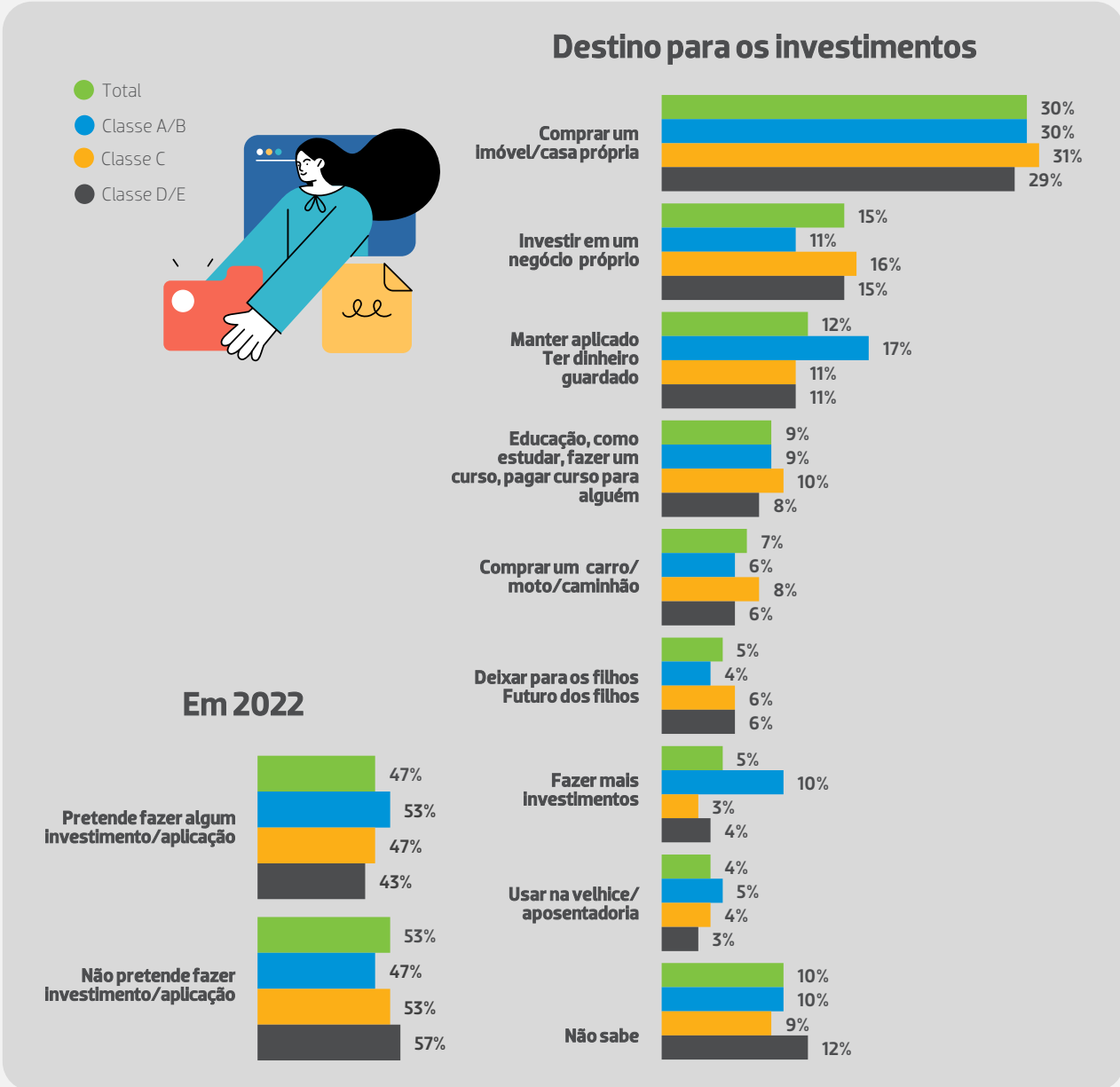


Amostra: Entrevistados que não fizeram aplicações financeira ou investimento (P9=96) e conhecem algum (P7<>96 e P8=1 em algum item) – 3.640 entrevistados

Intenção de investir em 2022

No universo dos não investidores, 47% disseram ter intenção de aplicar em 2022. O percentual é um pouco mais elevado (53%) entre as pessoas da classe A/B e inferior (43%) entre a população de menor renda.

O principal destino para os investimentos, no entanto, é o mesmo para todas as classes: conseguir a tão sonhada casa própria, mencionada por cerca de 30% dos entrevistados de todas as classes. Outros motivos citados pelos brasileiros que pretendem investir em 2022 é recurso para empreender (15%) e manter aplicado (12%).



Base: Entrevistados que não fizeram aplicações financeira OU não fizeram nenhum investimento (P9<>1 A0 7 E 0 18 E P9=8 E/OU 9 E/OU 10 E/OU 98 OU 96) e conhecem algum (P7<>96 e P8=1 em algum item) – população: 3.843 entrevistados / Classe AB: 693 / Classe C: 1.893 / Classe DE: 1.257

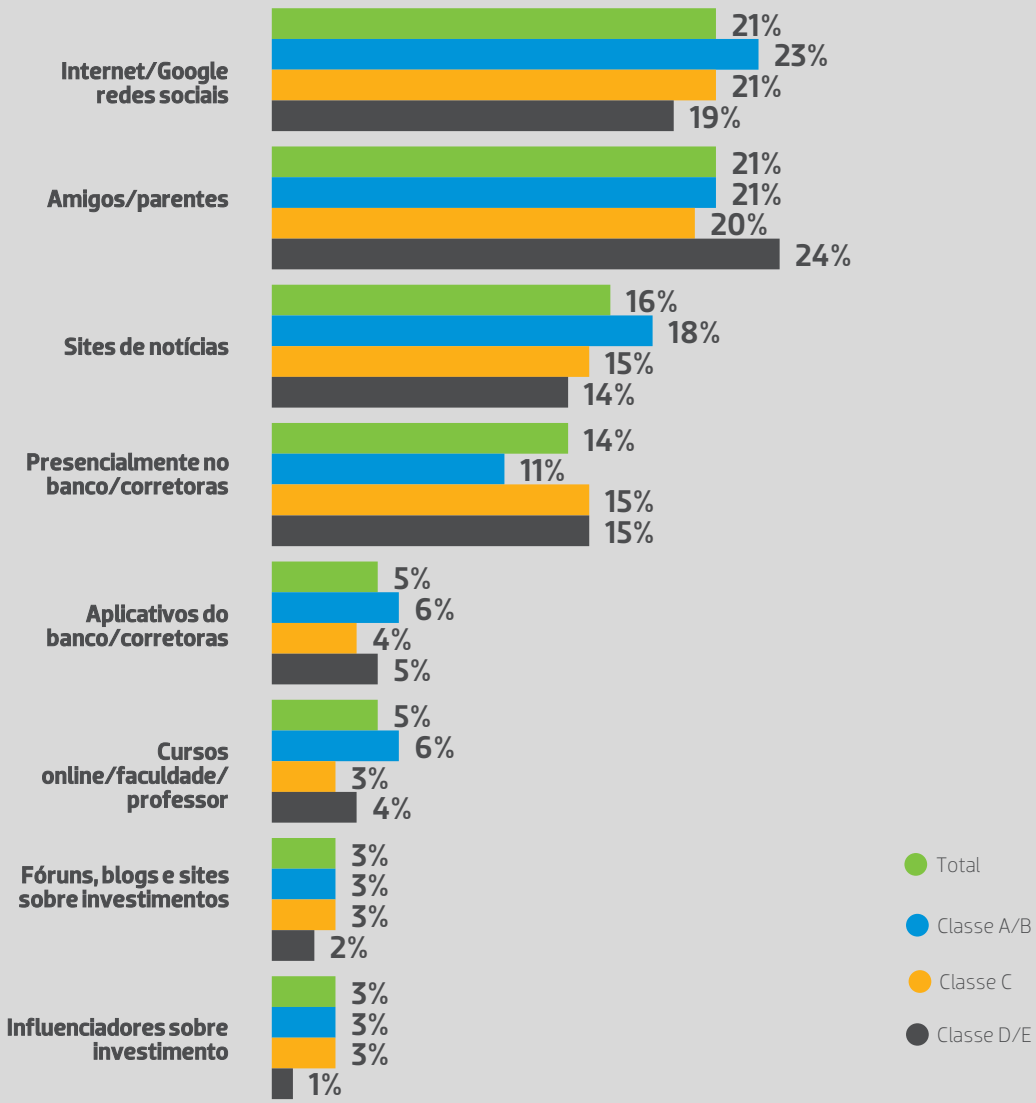
Amostra: entrevistados que pretendem investir em 2022– população: 1.819 / Classe AB: 375 / Classe C: 903 / Classe DE: 541 entrevistados

Não investidores, porém informados

Ainda que o número de brasileiros que não investem seja alto, eles não estão completamente descolados da realidade dos investimentos. Cerca de 27% deles estão buscando dicas de como aplicar. E esse número é maior nas classes A/B (46%) e C (28%) do que na classe D/E (14%).

Quando há curiosidade por mais informações sobre o mundo dos investimentos, a preferência é pela busca na internet (buscadores e redes sociais) e recorrer aos amigos e parentes, ambos citados por 21% dos entrevistados. Sites de notícias (16%) e uma conversa presencial no banco (14%) são outras fontes de informação do brasileiro que não investe.

Onde os não investidores se informam sobre investimentos



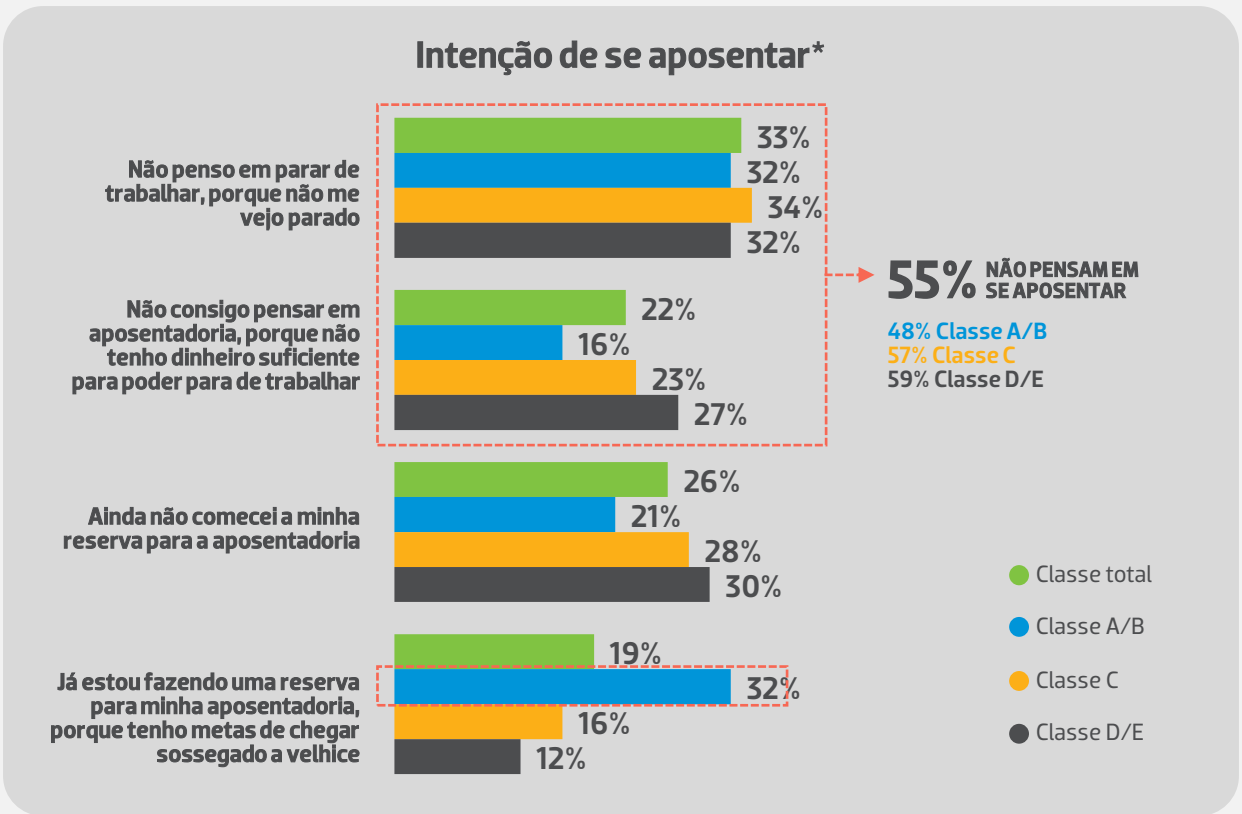
Amostra: Entrevistados que procuraram dicas sobre onde aplicar o dinheiro (P55=1): 1.017 entrevistados | Classe A/B: 312| Classe C: 525| Classe D/E: 180

APOSENTADORIA

Intenção de se aposentar

Pouco mais da metade da população (55%) não pensa em se aposentar e o índice é maior quando se olha para a classe D/E (59%). Para 33% dos brasileiros, o principal motivo é que eles não se veem parados, especialmente entre os entrevistados da classe C (34%). Já 27% da amostra da classe D/E declara que não se aposenta porque não tem dinheiro para parar de trabalhar.

Entre os que já pensam na aposentadoria, mas ainda não começaram a guardar dinheiro, a classe D/E lidera, com 30% das respostas, comparado a 21% da classe A/B.



* Pergunta inédita da pesquisa

Amostra: Entrevistados que não são aposentados (PEA<>12) e P27<>995 (excluindo aposentados que são PEA): população: 5.003 entrevistados | Classe A/B: 1.218| Classe C: 2.387| Classe D/E: 1.398

Ao serem questionados sobre a idade com a qual pretendem se aposentar, cerca de dois terços dos brasileiros afirmam que será entre 50 e 69 anos. A média geral fica em torno dos 60 anos, independentemente da classe social.

Expectativa X realidade

A pesquisa mostrou que existe um hiato entre as pessoas que estão aposentadas e as que ainda não se aposentaram. Para 92% dos aposentados, o INSS é a principal fonte de sustento – sendo esse índice muito semelhante entre a classe A/B (94%) e a C (93%). Entretanto, quando questionados de onde virá a renda quando pararem de trabalhar, somente 55% dos não aposentados declaram o INSS (Instituto Nacional de Seguro Social) como fonte de sustento futuro, com pequena variação entre a classe C (58%) e a D/E (56%).

Ainda entre os não aposentados, 20% apontaram que seu sustento na aposentadoria virá do próprio trabalho, mostrando que muitos não pensam em abandonar a ativa. Apenas 10% dos entrevistados indicaram que seu sustento virá de aplicações financeiras – sendo o percentual bem maior na classe A/B (22%), menor para classe C (8%) e menor ainda para a D/E (2%). Previdência privada também aparece como uma opção pouco popular: somente 5% da população de não aposentados a citou como sustento no período de aposentadoria.

Expectativa de quem ainda está na ativa contrasta com percepção do aposentado

Amostra: Aposentados: 769 entrevistados | Não aposentados: 5.003 entrevistados

Com relação ao aumento custo de vida, 67% dos aposentados apontaram aumento de despesas após a aposentadoria. Para as classes C e D/E essa percepção foi maior, com índices de 69% e 70%, respectivamente. Pelo prisma dos não aposentados, quando questionados se acreditam que suas despesas aumentarão após a aposentadoria, somente 46% responderam de maneira afirmativa.

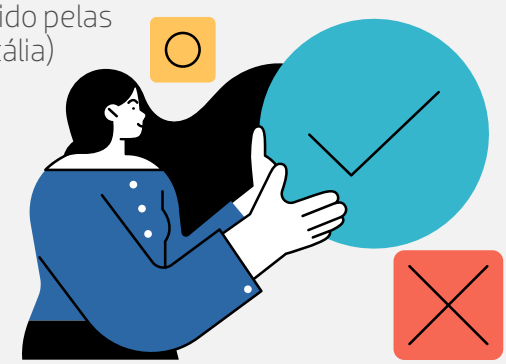
Quando perguntados sobre suas vidas financeiras, 43% dos aposentados declaram que houve uma piora, comparativamente com o período de vida anterior. O índice é maior para as classes C (46%) e A/B (42%). Os percentuais contrastam com a expectativa dos não aposentados: somente 22% deles acreditam que a vida financeira será pior quando pararem de trabalhar.

ANBIMA

BIG THREE

Em todas as edições do Raio X do Investidor Brasileiro foram aplicadas três perguntas sobre finanças, conhecidas como Big Three. O método, desenvolvido pelas especialistas em educação financeira Annamaria Lusardi (Itália) e Olívia Mitchell (EUA), serve para medir o conhecimento da população sobre noções básicas de economia e finanças.

As respostas estão divididas entre amostra total da população, investidores e não investidores. Ao final, você pode conferir as informações dispostas por classes, incluindo o segmento D/E, que aparece pela primeira vez na pesquisa e não tem dados comparativos.



Pergunta A:

Suponha que você possui R$ 100,00 em investimentos financeiros que rendem 2% ao ano. Depois de cinco anos, quanto você imagina que terá como saldo de sua aplicação se deixar o dinheiro aplicado neste período?

PERCEPÇÃO DE RENDIMENTO DA APLICAÇÃO (JUROS)

A	**Mais do que R$ 102,00** 59% população | 70% investidores | 54% não investidores	✓
B	**Exatamente R$ 102,00** 13% população | 12% investidores | 14% não investidores	✗
C	**Menos do que R$ 102,00** 16% população | 12% investidores | 18% não investidores	✗
D	**Se recusa a responder** 0% população | 0% investidores | 0% não investidores	✗
E	**Não sabe** 11% população | 6% investidores | 14% não investidores	✗

OBS.: A maioria da população (59%) respondeu corretamente, com destaque para o maior percentual de respostas corretas entre os investidores (70%).

Pergunta B:

Imagine que o rendimento de seu investimento é de 1% ao ano e a inflação foi de 2% ao ano. Depois de um ano, quanto você imagina que poderá comprar com o dinheiro que ficou aplicado neste período?

PERCEPÇÃO DO PODER DE COMPRA (INFLAÇÃO)

A	**Mais do que hoje** 21% população | 21% investidores | 22% não investidores	✗
B	**Exatamente o mesmo que hoje** 16% população | 15% investidores | 17% não investidores	✗
C	**Menos do que hoje** 55% população | 60% investidores | 52% não investidores	✓
D	**Se recusa a responder** 0% população | 0% investidores | 0% não investidores	✗
E	**Não sabe** 7% população | 4% investidores | 9% não investidores	✗

OBS.: A maioria (55%) também respondeu corretamente esta pergunta, que entre os não investidores teve 52% de respostas certas.

Amostra: População: 5.878 entrevistados | Investidores: 1.761 entrevistados | Não investidores: 4.117 entrevistados

Pergunta C:

Por favor, diga se esta afirmativa é verdadeira ou falsa: "Comprar ações de uma única empresa gera um rendimento mais seguro do que um fundo de ações".

PERCEPÇÃO DO RISCO

A	**Verdadeiro** 27% população | 24% investidores | 29% não investidores	✗
B	**Falso** 57% população | 63% investidores | 54% não investidores	✓
C	**Se recusa a responder** 0% população | 0% investidores | 0% não investidores	✗
D	**Não sabe** 15% população | 12% investidores | 16% não investidores	✗

OBS.: Mais uma vez, a maioria (57%) acertou a resposta. Mas o percentual geral dos que não souberam responder chegou a 15%.

Amostra: População: 5.878 entrevistados | Investidores: 1.761 entrevistados | Não investidores: 4.117 entrevistados

Conclusão sobre o desempenho no Big Three

Pouco mais da metade dos brasileiros respondeu de maneira assertiva às perguntas que envolvem conhecimento financeiro. A concentração de respostas corretas encontra-se na classe A/B e o pior desempenho na classe D/E.

De modo geral, o estudo aponta que as pessoas têm maior facilidade para compreender como seus investimentos rendem – 74% dos respondentes da classe A/B foram assertivos. O índice cai para 60% da classe C e 45% na classe D/E. A maior dificuldade está em compreender o impacto da inflação sobre os investimentos: 60% das pessoas da classe A/B; 54% da classe C; e 50% da classe D/E acertaram a pergunta.

Ainda é grande a carência de noções básicas de investimento, principalmente para a classe D/E – em todas as perguntas, as pessoas desse grupo social ficam abaixo do índice de acerto da população total, refletindo maior carência de educação financeira.

Quando comparamos as respostas de investidores e não investidores fica claro o maior nível de acertos no primeiro grupo. Na pergunta A, referente a rendimentos, 70% dos investidores acertaram a resposta, frente a 54% dos não investidores. O assunto de menor domínio, tanto para investidores (60%) quanto para não investidores (52%) é a inflação. Isso mostra que a perda do poder de compra da moeda ainda é um tema que precisa ser mais bem explorado em educação financeira.

Amostra: População: 5.878 entrevistados | Investidores: 1.761 entrevistados | Não investidores: 4.117 entrevistados

Amostra: População: 5.878 entrevistados | Classe AB: 1.393 | Classe C: 2.810 | Classe DE: 1.675

Big three (% de respostas corretas)

De modo geral, ainda existe uma carência muito grande de noções básicas de investimento, mesmo entre os brasileiros investidores, principalmente na Classe D/E que foi pior nas três perguntas.

Pergunta A:

Suponha que você possui R$ 100,00 em investimentos financeiros que rendem 2% ao ano. Depois de cinco anos, quanto você imagina que terá como saldo de sua aplicação se deixar o dinheiro aplicado neste período?

População
59% da população | 74% A/B | 60% C | 45% D/E

Investidores
70% da população | 77% A/B | 68% C | 55% D/E

Não investidores
54% da população | 71% A/B | 57% C | 43% D/E

Pergunta B:

Imagine que o rendimento de seu investimento é de 1% ao ano e a inflação foi de 2% ao ano. Depois de um ano, quanto você imagina que poderá comprar com o dinheiro que ficou aplicado neste período?

População
55% da população | 60% A/B | 54% C | 50% D/E

Investidores
60% da população | 64% A/B | 59% C | 51% D/E

Não investidores
52% da população | 56% A/B | 53% C | 50% D/E

Pergunta C:

Por favor, diga se esta afirmativa é verdadeira ou falsa: "Comprar ações de uma única empresa gera um rendimento mais seguro do que um fundo de ações."

População
57% população | 66% A/B | 56% C | 51% D/E

Investidores
63% população | 71% A/B | 60% C | 52% D/E

Não investidores
54% população | 61% A/B | 55% C | 51% D/E

Amostra:
População: 5.878 entrevistados | classe A/B: 1.393 | classe C: 2.810 | classe D/E: 1.675
Investidores: 1.761 entrevistados | classe A/B: 688 | classe C: 812 | classe D/E: 261
Não investidores: 4.117 entrevistados | classe A/B:705 | classe C: 1.998 | classe D/E: 1.414

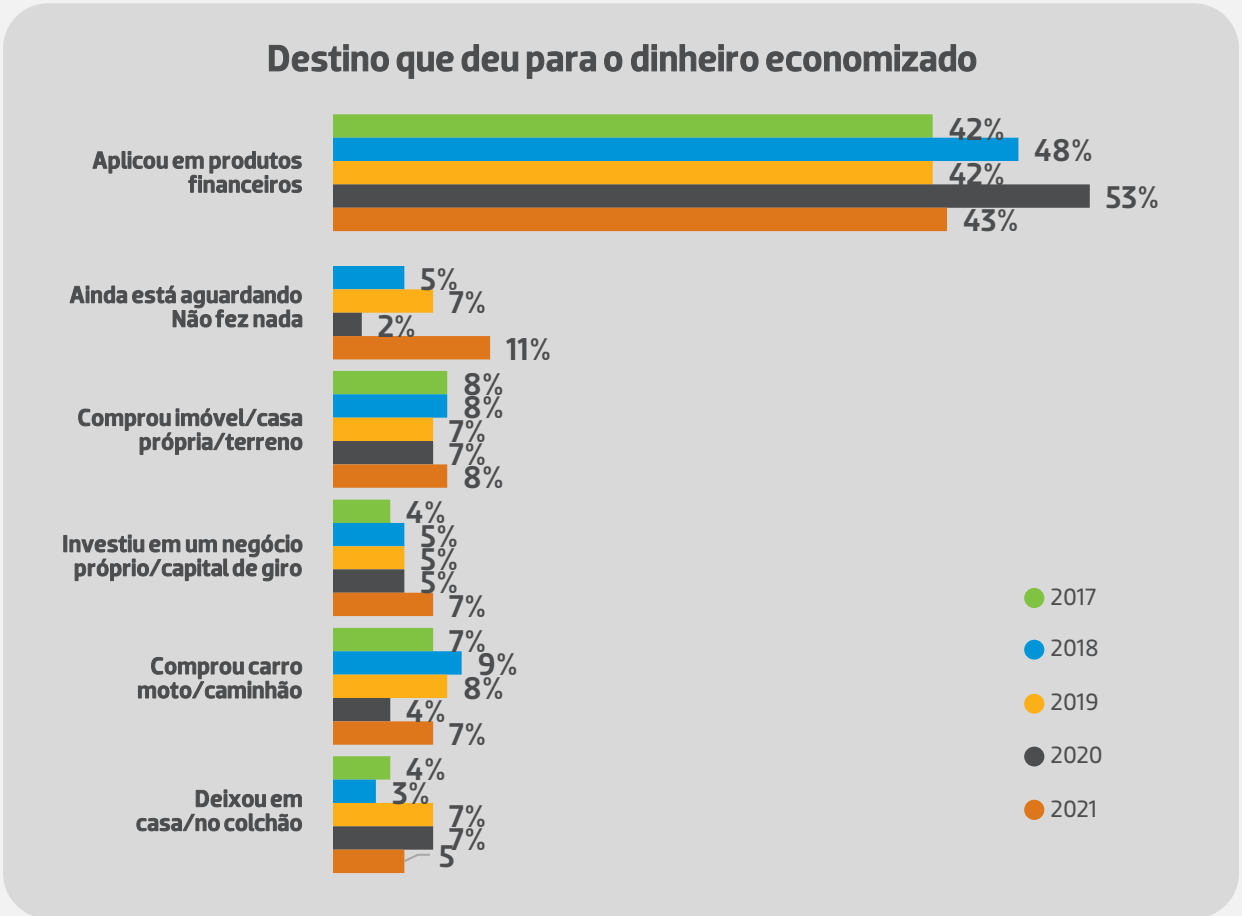
ANBIMA

UM POUCO DE COMPARATIVOS HISTÓRICOS

Esta quinta edição do Raio X do Investidor incluiu, pela primeira vez, dados da classe D/E, que passarão a integrar os levantamentos daqui para a frente. Até então, a pesquisa concentrava-se na população economicamente ativa das classes A, B e C. Para não perder os dados históricos, seguem alguns comparativos com informações apenas dessas classes, aglutinadas na denominação ABC.

Olhando apenas para a população ABC, 32%das pessoas conseguiram guardar algum dinheiro em 2021. Entre os que conseguiram economizar, 43% destinaram essas economias para produtos financeiros, enquanto em 2020 esse percentual era de 53%.

Por outro lado, nesse grupo, aumentou em nove pontos percentuais a opção de não fazer nada com o dinheiro e/ou deixar guardado: em 2020 eram 2% e em 2021 subiu para 11%.

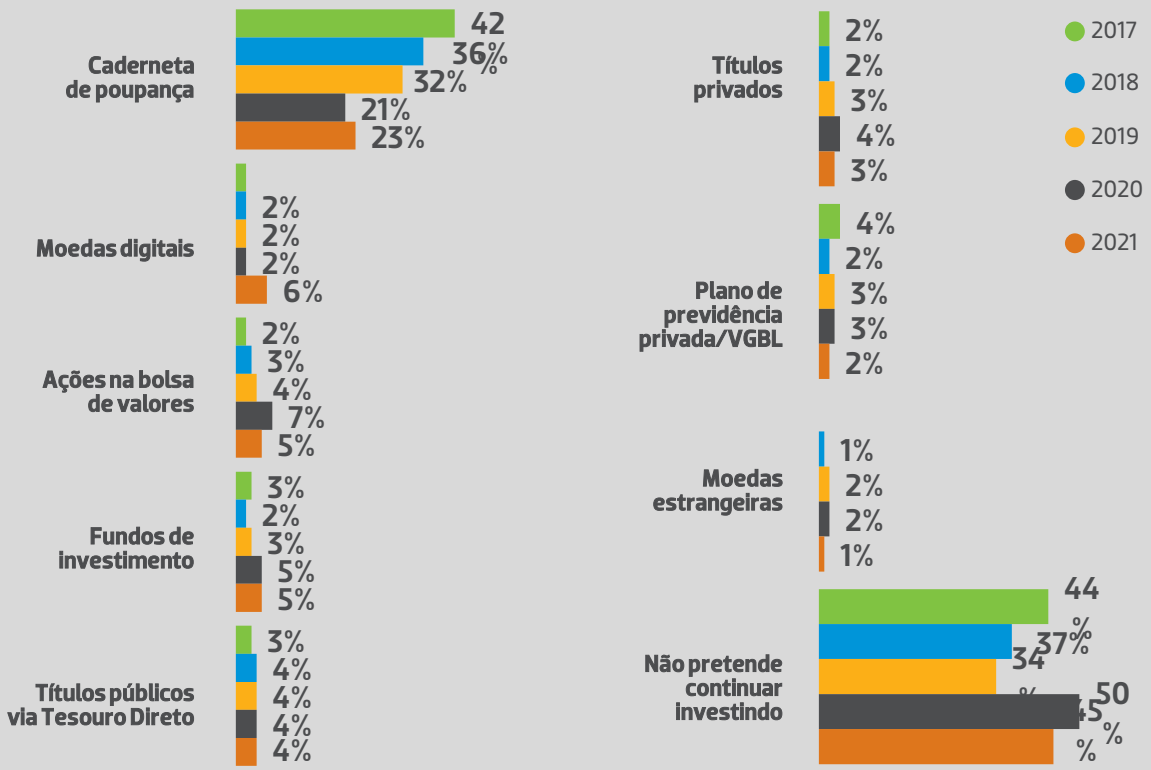


Amostra: Entrevistados que conseguiram economizar – 2021: 1.161 entrevistados | 2020: 1.450 | 2019: 1.309 | 2018: 1.161 | 2017: 1.119

No ano passado, 18% da população brasileira fez algum tipo de investimento, índice que passa para 23% quando se olha apenas para ABC. O resultado desse grupo é equivalente ao de 2020. O destino dos recursos das pessoas da classe ABC praticamente não mudou nos dois últimos anos – as aplicações financeiras passaram de 10% para 8%, empatando com bens duráveis e imóveis. Já os investimentos em empreendimentos/negócios saíram de 4% em 2020 para 6% em 2021, movimentações dentro da margem de erro da pesquisa.

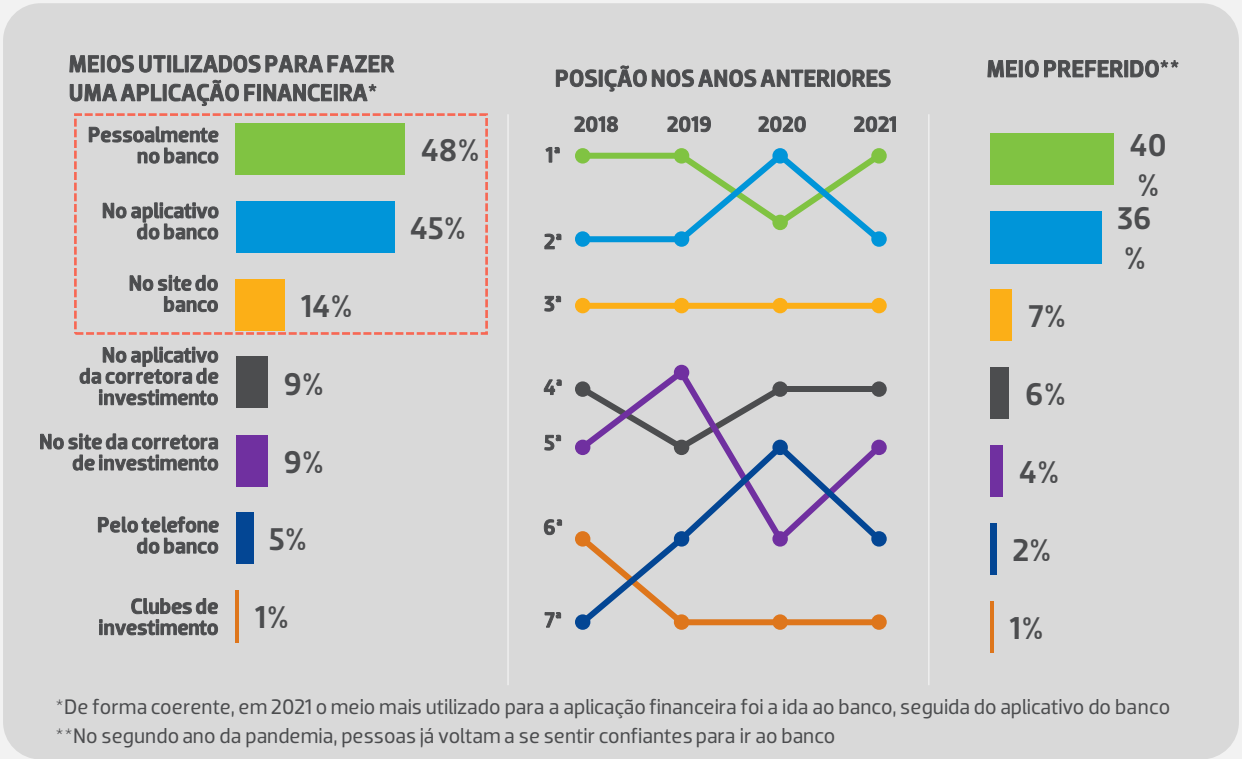
Quando olhamos para os produtos financeiros, o percentual de pessoas da classe ABC que quer continuar investindo na poupança apresenta uma leve alta – sai de 21% em 2020 para 23% em 2021. O mesmo movimento acontece com as moedas digitais, que saem de 2% em 2020 para 6% em 2021. Em contrapartida, produtos como ações perdem um pouco de espaço nesse grupo (7% em 2020 para 5% em 2021). Observa-se, ainda, uma queda significativa na taxa de entrevistados que declaram não ter a intenção de investir e/ou continuar investindo – eram 50% na última edição e passaram 45% neste levantamento. Isto demonstra maior intensão de investir entre a população ABC.

Produtos financeiros que pretende utilizar ou continuar utilizando



Amostra: População – 2021: 3.630 entrevistados | 2020: 3.408 | 2019: 3.433 | 2018: 3.452 | 2017: 3.374

Com relação aos meios utilizados para realizar uma aplicação financeira, o ano de 2021 apresenta mudança quanto ao comportamento da classe ABC. No ano de 2020, aplicativos de bancos se tornaram a principal opção desse grupo, mas, no ano passado, ir pessoalmente ao banco voltou a ter a preferência (40%), seguida do uso dos aplicativos bancários (36%).



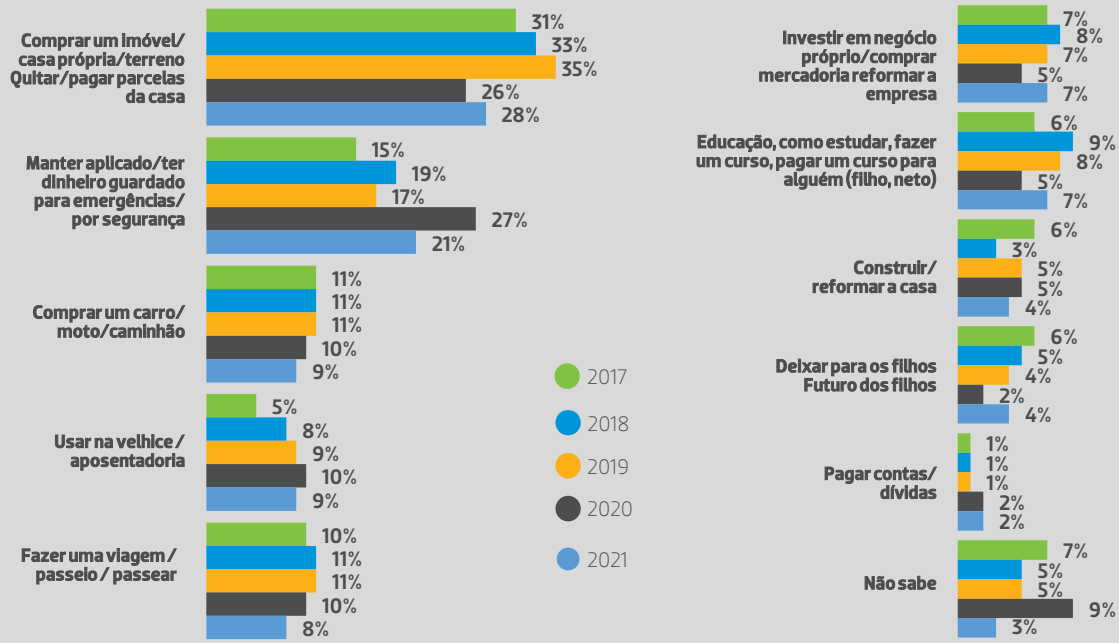
*De forma coerente, em 2021 o meio mais utilizado para a aplicação financeira foi a ida ao banco, seguida do aplicativo do banco

**No segundo ano da pandemia, pessoas já voltam a se sentir confiantes para ir ao banco

Amostra: investidores : 2021: 1.371 entrevistas | 2020: 1.736 | 2019 :1.506 | 2018:1.446 | 2017: 1.411

Outra observação importante sobre a classe ABC refere-se ao destino dado ao retorno das aplicações financeiras. Compra de imóveis permanece praticamente estável em primeiro lugar (26%, em 2020 e 28%, em 2021). No entanto, manter aplicado como reserva de emergência perdeu seis pontos percentuais, passando de 27% em 2020 para 21% em 2021.

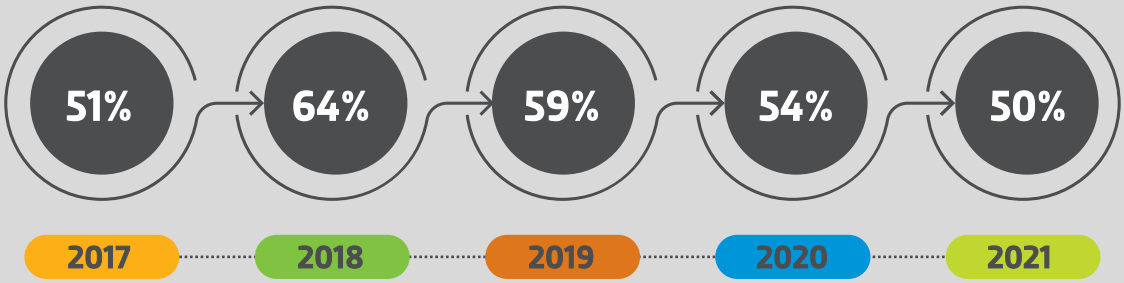
Destino que dará para o retorno das aplicações



Amostra: investidores : 2021: 1.371 entrevistas | 2020: 1.736 | 2019 :1.506 | 2018:1.446 | 2017: 1.411

Entre os não investidores da população ABC, os dados mostram que diminuiu a parcela que pretende realizar investimentos em 2022: caiu de 54% em 2020 para 50% no ano seguinte, acentuando o movimento descendente observado a partir de 2019.

Não investidores pretendem fazer algum investimento/aplicação



Amostra: Entrevistados que não fizeram aplicações ou investimentos – 2021: 2.175 entrevistados | 2020: 1.643 | 2019: 1.885 | 2018: 1.926 | 2017: 1.858

Com relação à aposentadoria, houve um aumento de sete pontos percentuais no número de pessoas que declarou depender do INSS para seu sustento: em 2020 era de 86% e em 2021 passou a ser de 93%. Houve também uma alteração nas respostas desse grupo sobre a previdência privada: em 2020, 10% dos respondentes declararam que esta era a origem da sua renda na aposentadoria e, em 2021, esse índice caiu para 4%.

CONCLUSÃO

O ano de 2021 manteve o desafio de enfrentamento da pandemia e dos consequentes reflexos dela sobre a economia. E o Raio X do Investidor, mais uma vez, captou esses movimentos.

Nesta quinta edição, o levantamento traz, pela primeira vez, dados relacionados à classe D/E e isso deu uma nova dimensão ao estudo. Como visto nas páginas anteriores, não existe uniformidade entre os brasileiros quanto a hábitos e comportamentos relacionados a dinheiro. A inclusão da classe D/E deixou isso ainda mais claro e evidencia o tamanho do desafio colocado às instituições, tanto para oferta de produtos como de educação financeira.

Afinal, os resultados do Raio X mostram que não cabe uma solução única para todo mundo. As diferenças entre as classes vão além da renda: se refletem na forma como as pessoas buscam informação, interagem com a instituição e pensam (ou não) na aposentadoria.

Nesta edição, também incluímos, pela primeira vez, o levantamento por raça e por orientação sexual. Os dados mostram que não há grande diferença de comportamento entre as pessoas em função dessas características.

O recorte entre homens e mulheres já era possível anteriormente. Este sim continua indicando diferenças importantes, que podem ser explicadas, em grande parte, por aspectos socioeconômicos. Tanto no âmbito de emprego quanto de renda, as mulheres apresentam maior vulnerabilidade, com salários inferiores aos dos homens, e muitas vezes com trabalho mais precários. Ainda assim, muitos lares são sustentados por mulheres, o que diminui a capacidade financeira das mulheres para investir.

Aspectos socioeconômicos também explicam, em grande parte, os resultados com o recorte de raça: as diferenças encontradas entre o comportamento das pessoas declaradas brancas e as pessoas declaradas pretas/pardas quando o assunto é dinheiro ficam predominantemente dentro da margem de erro, o que sugere que o fator renda, neste caso, define muito mais os comportamentos. Vale destacar, no entanto, que a proporção de pessoas pretas/pardas nas classes C e D/E é muito maior do que na classe A/B.

Enquanto os recortes por raça ou orientação sexual não apresentam muitas diferenças, o mesmo não pode ser dito quando a pesquisa é olhada sobre o prisma das gerações. A idade das pessoas define a forma como elas buscam informações sobre investimentos, acessam sua instituição na hora de aplicar, adquirem produtos que implicam maior ou menor risco ou pensam a respeito da aposentadoria.

São todas impressões colhidas a partir das primeiras leituras do material, que é vasto, Os dados merecem uma análise mais aprofundada e isso deve ser feito daqui para a frente. Ao mesmo tempo, os dados brutos estão sendo disponibilizados para toda a sociedade, para que outros interessados possam fazer cruzamentos e análises variadas para leituras específicas.

São insumos importantes para o mercado e merecem ser considerados pelas instituições no planejamento de campanhas de comunicação, desenvolvimento e oferta de produtos. Também são informações relevantes quando se desenham ações de educação financeira. Para usar uma expressão conhecida do mercado financeiro: o Raio X deixa claro que *one size fits all* (um tamanho serve para todos) não é um conceito válido quando o assunto é o investidor.

EXPEDIENTE

Raio X do Investidor Brasileiro | 5ª edição | Abril de 2022

Superintendência de Comunicação, Certificação e Educação – Marcelo Billi

Coordenação técnica e redação – Érika Gallo

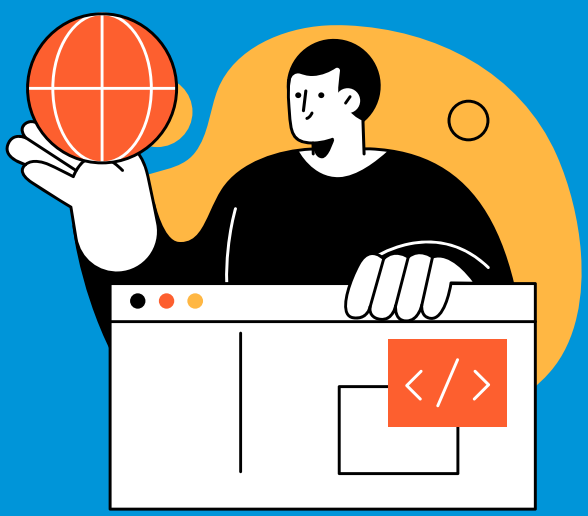
Coordenação editorial – Marineide Marques

Edição – Paula Diniz

Apoio editorial – Máquina CW

Diagramação – Kelly Anias

Pesquisa de campo e levantamento de dados – Datafolha



Presidente
Carlos Ambrósio

Vice-presidentes
Aroldo Medeiros, Carlos André, Carlos Constantini, Carlos Takahashi, José Eduardo Laloni, Luiz Sorge, Roberto Paris e Sergio Cutolo

Diretores
Adriano Koelle, Eduardo Azevedo, Fernando Rabello, Gabriel Leal, Giuliano De Marchi, Luiz Chrysostomo, Luiz Fernando Figueiredo, Lywal Salles Filho, Pedro Rudge, Rafael Morais, Roberto Paolino e Teodoro Lima

Comitê Executivo
Zeca Doherty, Francisco Vidinha, Guilherme Benaderet, Patrícia Herculano, Eliana Marino, Lina Yajima, Marcelo Billi, Soraya Alves e Thiago Baptista

Rio de Janeiro
Praia de Botafogo, 501 – 704, Bloco II,
Botafogo, Rio de Janeiro, RJ – CEP: 22250-042
Tel.: (21) 2104-9300

São Paulo
Av. das Nações Unidas, 8501, 21º andar,
Pinheiros, São Paulo, SP – CEP: 05425-070
Tel.: (11) 3471 4200
www.anbima.com.br

ANBIMA